

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À
TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA MAITRISE EN
ADMINISTRATION DES AFFAIRES

PAR
KHALIE AHMAT ANNAMA

LA RELATION ENTRE L'ORIENTATION DURABLE ET
L'INTENTION D'ENTREPRENDRE.

Mai, 2015

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

RÉSUMÉ

La dégradation de l'environnement et les problèmes sociaux sont des sujets très préoccupants. Pour les résoudre, les gouvernements et les organisations non gouvernementales jouent un rôle très important, mais cette résolution est conditionnelle de l'implication des entreprises, car elles constituent le tissu économique (Aggeri et Godard, 2006). Les grandes entreprises sont de plus en plus nombreuses à s'engager dans le développement durable (Cohen et Winn, 2007), mais pour que le développement durable soit pérenne, il faut l'implication des PME qui représentent plus de 90% de ces entreprises dans le monde (Filion et Allali, 2007), d'où l'importance des entrepreneurs qui sont considérés comme des acteurs incontournables pour un développement durable.

Plusieurs recherches soutiennent que l'entrepreneuriat serait la solution pour l'adoption de pratiques durables, à cause de la capacité de l'entrepreneur à identifier des opportunités (Cohen et Winn, 2007), sa capacité à innover et à prendre des risques (Schaltegger et Wagner, 2011). D'autres chercheurs soutiennent que les personnes qui s'engagent dans deux ou trois des dimensions du développement durable sont plus aptes à identifier les opportunités axées sur le développement durable. Et, à cause de leur intention d'agir pour avoir une société durable, il est donc susceptible que ces personnes créent une entreprise durable (Belz et Binder, 2013), d'où l'objectif de cette étude qui est de vérifier s'il existe une relation entre l'orientation durable d'un individu et son intention d'entreprendre.

Aux fins de cette recherche, nous avons utilisé un modèle intégré qui s'inspire de la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991). Cette dernière prédit l'intention. La théorie du comportement planifié comporte trois composantes : les attitudes à l'égard

des tâches de l'entrepreneur, les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale et le contrôle comportemental perçu. Dans cette étude, nous avons remplacé la troisième variable de la théorie du comportement planifié, le contrôle comportemental perçu, par la notion d'auto-efficacité de (Bandura, 1977), qui est mieux définie et plus fortement corrélée avec les intentions que le contrôle comportement perçu (Armitage et Conner, 2001). Nous avons aussi intégré dans le construit l'orientation durable qui pourrait également expliquer l'intention d'entreprendre.

Pour vérifier le lien possible entre l'orientation durable et l'intention durable, nous avons effectué des analyses quantitatives. Nos résultats suggèrent que l'orientation durable est liée négativement et significativement à l'intention d'entreprendre, c'est-à-dire, plus l'individu a une forte orientation durable, moins il a l'intention d'entreprendre.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	ii
TABLE DES MATIÈRES	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
LISTE DES FIGURES.....	vii
LISTE DES ABRÉVIATIONS.....	viii
REMERCIEMENTS	ix
DÉDICACE	xi
INTRODUCTION	12
CHAPITRE 1 : LA PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE.....	15
1.1 LA PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE	15
1.1.1 L'état de la situation du développement durable	15
1.1.2 L'adoption de pratiques durables par les entreprises.....	18
1.2 LA PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE	26
1.2.1 Les entrepreneurs : des acteurs incontournables pour un dd	26
1.2.2 L'orientation durable	27
1.2.3 L'intention entrepreneuriale	29
1.3. LA PROBLÉMATIQUE SCIENTIFIQUE	30
1.3.1 Les écrits récents.....	30
1.3.2 Objectif de l'étude	32
CHAPITRE 2 : RECENSION DES ÉCRITS	34
2.1 DÉFINITION DU CONCEPT D'ORIENTATION DURABLE	34
2.1.1 Orientation pro-environnementale.....	36
2.1.2 Orientation pro-sociale	36
2.1.3 Vers une orientation pro-environnementale et sociale	38
2.1.4 Quelques déterminants de l'OD.....	39
2.1.5 Identification du degré d'OD des individus.....	41
2.1.6 Le processus d'orientation durable des individus.....	44
2.2 INTENTION D'ENTREPRENDRE	48

2.2.1 Le modèle de l'évènement entrepreneurial.....	49
2.2.2 La théorie du comportement planifié d'ajzen	52
2.2.3 Le choix de la théorie.....	57
2.3 LE CADRE CONCEPTUEL	61
2.3.1 Le modèle de recherche	61
2.3.2 Les questions spécifiques de recherche	63
2.3.3 Les hypothèses de recherche.....	64
CHAPITRE 3 : LA MÉTHODOLOGIE	66
3.1. LA STRATÉGIE DE RECHERCHE	66
3.2 LA POPULATION VISÉE	67
3.3 LA COLLECTE DE DONNÉES	68
3.4 LA DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLONNAGE	70
3.5 L'INSTRUMENT DE MESURE ET SA PERTINENCE	71
3.5.1 La variable dépendante	72
3.5.2 Les variables indépendantes	74
3.5.3 Les variables de contrôle	83
3.6 LA MÉTHODE D'ANALYSE	84
3.7 CONSIDÉRATION ÉTHIQUE	85
CHAPITRE 4: RÉSULTATS	87
4.1 ANALYSES DES CORRÉLATIONS	87
4.2 ANALYSES DE RÉGRESSIONS HIÉRARCHIQUES	90
4.3 VALIDATION DES HYPOTHÈSES	97
CHAPITRE 5: DISCUSSION.....	99
5.1 DISCUSSION DES DIFFÉRENTES HYPOTHÈSES	99
5.2 LES LIMITES DE LA RECHERCHE	104
5.3 LES AVENUES DES RECHERCHES FUTURES.....	106
CONCLUSION	108
RÉFÉRENCES.....	110

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Tableau récapitulant l'apport de la TCP dans quelques études	59
Tableau 2: Hypothèses de recherche	64
Tableau 3: Liste des universités participants à l'étude.....	68
Tableau 4: Mesure de l'intention d'entreprendre	73
Tableau 5: Mesure de l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur	75
Tableau 6: Mesure des normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale.....	76
Tableau 7: Mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale	78
Tableau 8: Mesure de l'orientation durable.....	81
Tableau 9: Résumé des analyses de fidélité et de validité	82
Tableau 10: Mesure de l'exposition préalable à une entreprise familiale.....	84
Tableau 11: Corrélation entre les variables	89
Tableau 12: Régression hiérarchique étape 1 ayant comme variable dépendante l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur.....	92
Tableau 13: Régression hiérarchique étape 2 ayant comme variable dépendante l'intention d'entreprendre	94
Tableau 14: Régression hiérarchique étape 3 ayant comme variable dépendante l'intention d'entreprendre	96

LISTE DES FIGURES

Figure 1: Résumé de la problématique de recherche	32
Figure 2: Modèle du processus d'entrepreneuriat durable	45
Figure 3: Formation de l'événement entrepreneurial	50
Figure 4: Schéma de la théorie du comportement planifié.....	53
Figure 5: Modèle de recherche	62

LISTE DES ABRÉVIATIONS

DD : Développement durable

GE : Grande entreprise

IE : Intention d'entreprendre

OD : Orientation durable

ONG : Organisation non gouvernementale

ONU : Organisation des Nations Unies

PME : Petite et moyenne entreprise

RSE : Responsabilité sociale des entreprises

REMERCIEMENTS

Ce mémoire n'aurait pas été possible sans l'encadrement et le soutien de certaines personnes. J'aimerais leur exprimer toute ma gratitude.

Je tiens à remercier avant tout, mes deux directeurs, François Labelle et Étienne St-jean. Sans leurs conseils avisés, leurs critiques constructives, leurs rigueurs, et leurs disponibilités, ce mémoire n'aurait pas abouti.

Mes remerciements vont aussi à Jocelyn Perrault et à Marie Marchand qui ont accepté de consacrer leur temps à la lecture et l'évaluation de ce mémoire. Je veux aussi remercier Kadia Georges Aka et Horia El-Hallam, pour leur soutien et le temps qu'ils m'ont consacré dans le but d'améliorer ce mémoire. Je remercie également M. André Paquet, bibliothécaire, pour ses conseils et son aide pour l'amélioration de ce mémoire.

Qu'il me soit maintenant permis de remercier ma famille, car sans leur soutien et leur encouragement ce mémoire n'aurait pas existé.

Ma plus grande et éternelle gratitude va d'abord à ma mère, Djamila Adam. Étant issue d'un milieu qui ne valorise pas l'éducation des femmes, ma mère est tout le contraire. Elle m'a montré l'importance de l'éducation sans égard au sexe. Si j'ai pu persévérer et faire des études, c'est grâce à cette détermination qu'elle m'a transmise. Elle m'a appris à atteindre mes objectifs même s'il faut concilier mariage, enfants et études à temps plein. Pour tout cela, je la suis reconnaissante éternellement.

Tout le monde a une mère, mais peu de gens peuvent dire qu'ils ont deux mères. Si le rôle d'une mère est bien celui de vous porter un amour indéfectible, de vous protéger et de vous soutenir dans tout ce que vous faites alors je peux dire que j'ai une deuxième mère, maman Madoula. Je la remercie infiniment pour tout ce qu'elle fait pour moi.

J'aimerais aussi remercier profondément un être très cher à mon cœur, mon meilleur ami et époux Brahim Moustapha. Sans sa patience, son soutien et ses encouragements indéfectibles, je n'aurais pas pu faire des études universitaires, encore moins faire un MBA. Je tiens aussi à remercier mes petits anges, mes enfants Moustafa, Ahmad et Imane Fatima.

Je ne pourrais passer sous silence, sans remercier ma sœur Fatima, ma jumelle Nadia, mes frères et Nimir. La liste étant longue, mes remerciements vont aussi à toutes les personnes qui m'ont encouragée et soutenue.

DÉDICACE

Je dédie ce mémoire à une personne remarquable sans qui je n'aurais existé, mon père Ahmat Annama.

Mon père est un homme exceptionnel avec un grand cœur. Il m'a appris à être forte et de ne jamais baisser les bras quoi qu'il arrive. Il m'a toujours soutenue et encouragée dans tout ce que j'entreprends. Il a toujours tout fait pour mes frères, ma sœur et moi et tout ce qu'il nous demandait en retour c'est de devenir des personnes responsables et bien éduquées. Je ne le remercierai jamais assez pour tout ce qu'il fait et continu de faire pour moi. Merci infiniment mon père chéri!

INTRODUCTION

La dégradation de l'environnement est un sujet d'actualité très préoccupant. Les gouvernements, les ONG, et les diverses institutions parapubliques et privées ne sont pas indifférents aux problèmes environnementaux et sociaux de la planète. Les entreprises et les PME qui constituent le tissu économique se doivent aussi d'être impliquées dans la résolution des problèmes sociaux et environnementaux. Elles sont certainement celles qui génèrent le plus de pollution, mais sont aussi celles qui peuvent fournir les solutions. Puisqu'elles ont aussi une responsabilité liée à ces problèmes-ci, elles ont régulièrement participé à un ensemble de conférences (Déclaration de Rio de 1992, le protocole de Kyoto de 1997) dans lesquelles on voit émerger le terme de développement durable (DD).

Le concept de DD est apparu lors de la publication du rapport Brundtland en 1987. Les conclusions de ce rapport mettent de l'avant l'urgence de changer nos façons de vivre et de gouverner. L'économie est soutenue en grande partie par l'utilisation de ressources naturelles qui sont souvent épuisables. Il faut donc les exploiter de façon responsable. Le DD ne vise pas uniquement la conservation des ressources épuisables, c'est un concept qui s'articule autour de trois pôles : « Le respect de la planète et des personnes; la rentabilité dans le but d'améliorer les conditions de vie actuelles¹ et la préservation des ressources pour les générations à venir » (Spence, 2007a, p. 416).

Selon York et Venkataraman (2010), la résolution des problèmes sociaux et environnementaux exigera aussi l'implication d'acteurs incontournables que sont les entrepreneurs, surtout ceux ayant une orientation durable (OD) élevée, car à cause de

¹ C'est un des buts du DD, mais d'autres existent tels que la richesse personnelle ou sécuriser le futur de sa famille.

leurs connaissances préalables des problèmes environnementaux et sociaux, il est probable qu'ils puissent identifier des solutions à ces problèmes (Belz et Binder, 2013).

Ainsi, une des façons de contrer les problèmes environnementaux et sociaux consiste à identifier et accompagner des personnes qui ont une OD élevée et qui sont désireuses d'apporter des solutions aux problèmes de durabilité² et donc, qui ont une intention d'agir. Ces intentions d'agir sont utilisées pour prédire l'acte entrepreneurial. Elles sont définies comme un état d'esprit qui précède l'action et qui dirige l'attention vers un but qui est le démarrage d'une nouvelle entreprise (Morian, Gorgievski, Laguna, Stephan, et Zarafshani, 2012).

L'objectif de cette étude est donc de vérifier l'existence d'un lien possible entre l'OD et l'intention d'entreprendre (IE). À notre connaissance, il n'existe qu'une seule étude qui essaie de mettre en évidence ce lien (Kuckertz et Wagner, 2010). La présente étude contribuera à l'avancée des connaissances, car la littérature existante sur le sujet est à ses premiers balbutiements.

Cette recherche, qui porte sur le champ de l'entrepreneuriat durable, comprend cinq chapitres. Le premier présente la problématique de recherche à travers la problématique managériale et scientifique. Le deuxième chapitre porte sur la revue de littérature dans laquelle nous recensons les écrits concernant notre question de recherche. Dans la première section, nous présentons un construit pertinent, soit l'orientation durable et, dans la deuxième section, l'autre construit qui nous intéresse, soit l'intention d'entreprendre. À la troisième section, nous présentons le cadre

² Dans cette étude, le mot durabilité se réfère aux trois dimensions du développement durable (l'environnement, la société et l'économie).

conceptuel de cette recherche. Le troisième chapitre propose une méthodologie de recherche qui vise à tester le modèle théorique proposé par une méthode quantitative à travers une recherche corrélacionnelle et un raisonnement déductif. À l'aide du logiciel SPSS, nous allons effectuer des tests statistiques tels que des régressions multiples et des corrélacions. Le quatrième chapitre présente les résultats obtenus à partir des tests statistiques. Finalement, le cinquième chapitre présente l'interprétation et la discussion des résultats obtenus. Pour conclure, nous ferons ressortir les contributions scientifiques et managériales de l'étude et nous proposerons des avenues de recherche.

CHAPITRE 1 : LA PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE

Ce chapitre présente la problématique de recherche. Elle est scindée en trois parties : la première présente la problématique générale, la deuxième, la problématique managériale et la troisième, la problématique scientifique. Ce chapitre rappelle l'urgence de repenser nos façons de vivre et de gouverner, donc d'adopter un DD. Il met en évidence les moyens coercitifs et volontaristes existants pour l'adoption de pratiques durables et présente les entrepreneurs durables comme des acteurs incontournables dans l'adoption du DD.

1.1 LA PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE

1.1.1 L'état de la situation du développement durable

Malgré une croissance³ accrue de la qualité de vie, il demeure une vive inquiétude quant à la dégradation de la qualité de l'environnement naturel et aux inégalités sociales. Le rapport du groupe d'experts intergouvernementaux sur l'évolution du climat (GIEC) paru en avril 2014 faisant état des changements climatiques est nettement plus alarmant que le précédent paru en 2007 à plusieurs égards. Par exemple, le réchauffement climatique sera plus élevé, allant de 0,3 à 4,8°C d'ici 2100 (Foucart, 2013). Le niveau des mers sera aussi plus haut, passant de 26 cm à 96 cm d'ici 2100 (Garrić, 2014). Les problèmes sociaux sont aussi très préoccupants. En 2009, un travailleur sur cinq vivait dans la pauvreté extrême (1.25 dollar par jour) dans le monde (Nations Unies, 2011). De plus, la proportion de personnes souffrant de faim dans le monde est de 16% en 2011 et

³ : Au Canada le produit intérieur brut par habitant était de 26 081\$ en 1981 et de 39 370\$ en 2011. Cette augmentation observée au Canada est la même dans d'autres pays (Emploi et Développement social Canada, 2011).

de 20% en 1990 (Nations Unies, 2011). Malgré une légère diminution de la pauvreté et de la faim comparativement à une décennie auparavant, les chiffres demeurent alarmants.

Depuis des décennies, plusieurs rencontres internationales ont eu lieu telles que le premier sommet de la Terre organisé par les Nations Unies à Stockholm en 1972 pour trouver des solutions aux problèmes environnementaux et sociaux. C'est au vu de ces problèmes, tant au niveau environnemental que social, qu'est apparu le concept de DD. L'expression de développement durable, traduite de l'anglais « *Sustainable development* », a été proposée pour la première fois dans le rapport de l'Union internationale de la conservation de la nature en 1980 qui proposait une stratégie mondiale de conservation de la nature. Cette expression a été ensuite popularisée par le rapport de la commission mondiale sur l'environnement et le développement qui était présidée par la Norvégienne Gro Harlem Brundtland, qui stipule que le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre à leurs propres besoins (Commission mondiale sur l'environnement et le développement et Brundtland, 1987). Le DD a un lien incessible avec la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), car ce sont les entreprises qui développent les produits, qui choisissent les procédés, et qui créent de nouvelles technologies (Aggeri et Godard, 2006).

Ainsi, pour définir cet autre concept qu'est la RSE, nous nous référons au travail de synthèse réalisé par les 500 experts qui ont participé à l'élaboration de la norme ISO26000 entre 2005 et 2010. Selon le groupe de travail sur l'ISO 26000, le terme responsabilité sociale (ou sociétale) désigne :

« La responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, qui se traduit par un comportement transparent et éthique qui :

- contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société;
- prends en compte les attentes des parties prenantes;
- respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement;
- est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations. » (Steele, 2010, p. 4)

La RSE est tout simplement l'application de pratiques de DD au sein des entreprises. Cela est particulièrement important, car, celles-ci constituent le tissu économique. Sans elles, un développement durable est irréalisable. Les activités d'un grand nombre d'entre elles contribuent à la pollution de l'environnement. Elles peuvent cependant contribuer au DD par leurs actions « en matière de création de normes sociales, de diffusion des bonnes pratiques environnementales et de développer de nouvelles technologies » (Aggeri et Godard, 2006, p. 11) si elles y sont incitées ou y trouvent leur intérêt.

La démarche de RSE vers le DD permet d'aborder les facteurs économiques, sociaux et environnementaux et leurs interrelations dans le système de gestion de l'entreprise (Afnor, 2008), d'où la question suivante : pourquoi les entreprises adoptent-elles ces pratiques qui intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques à leur gestion? Pour répondre à cette question, il faut considérer l'influence de plusieurs acteurs, dont les gouvernements, les acteurs sociaux tels que les ONG, et les entreprises

elles-mêmes. Nous allons voir en détail en quoi consiste l'influence de chaque acteur dans les sections qui suivent.

1.1.2 L'adoption de pratiques durables par les entreprises

Comme cela a été annoncé plus haut, pour que le DD soit réalisable, plusieurs acteurs doivent s'y engager. Une prise de conscience et l'adoption de pratiques durables relèvent de la responsabilité de tous. Les gouvernements sont concernés et doivent agir à travers l'adoption de diverses lois et règlements. Les organismes publics et parapublics doivent militer pour une société plus responsable. Les ONG doivent également assumer un rôle. Elles sont nombreuses et suivent différents objectifs qui convergent tous vers l'objectif ultime, celui d'avoir une société juste et équitable (Programme des Nations Unies pour le développement, 2013). Les grandes entreprises sont incontournables dans ce virage vers le DD. Elles sont de plus en plus nombreuses à prendre l'initiative d'améliorer leur performance environnementale et sociale (Cohen et Winn, 2007).

Pour inciter les entreprises, petites et grandes, à se conformer aux différents principes de DD, deux moyens sont régulièrement identifiés: les moyens coercitifs et les moyens plus déterminés (volontaires). Les premiers sont employés par les gouvernements à travers les lois et les règlements tandis que les seconds concernent l'engagement volontaire venant des entreprises elles-mêmes à travers la RSE.

1.1.2.1 L'intervention des gouvernements et des ONG

L'intervention du gouvernement. Pour l'adoption de pratiques durables, les gouvernements occupent une place importante. D'ailleurs, selon Kuckertz et Wagner (2010), cela implique presque toujours l'intervention du gouvernement. On constate une augmentation du nombre de réglementations environnementales. Aux États-Unis, de 1870 à 1970, environ 30 lois environnementales ont été adoptées comparativement à 90 lois environnementales adoptées de 1970 à 2000 (Anastas, 2003). Au Québec, la loi environnementale est également en constante évolution : du projet de loi 34 déposé en 1972 au projet de loi 89 déposé en 2011 en passant par plusieurs lois telles que la loi 69 en 1978, la loi sur les pesticides en 1987 et le projet de loi 156 en 2001 (Piette, 2013).

Les gouvernements favorisent aussi la mise en place d'organismes visant à soutenir les initiatives des entreprises. Par exemple, au Québec, le ministère du Développement durable, de l'Environnement, de la Faune et des Parcs du Québec a créé la société d'État RECYC-QUÉBEC en 1990. Cette dernière a pour mission entre autres de promouvoir le DD auprès de sa clientèle (les entreprises) et de l'administration publique. Il existe également un autre organisme qui cible les entreprises privées québécoises désireuses d'intégrer le DD. Ce dernier se nomme TACEP pour table d'accompagnement-conseil des entreprises du secteur privé. La TACEP est formée de plusieurs ministères et organismes gouvernementaux. Elle propose plusieurs outils permettant aux entreprises de répondre à plusieurs enjeux du DD tels que la gestion des émissions de gaz à effet de serre, la gestion de l'énergie ou la gestion des ressources humaines à travers la santé et la sécurité au travail, la conciliation travail-famille et la formation continue (Gouvernement du Québec, 2002).

Malgré ces interventions de l'État, soit l'augmentation des réglementations et des organismes de support aux entreprises sur le volet environnemental et social, dans l'état actuel, son intervention reste insuffisante pour l'adoption des pratiques de DD par les entreprises. Pour appuyer ces interventions, d'autres acteurs influencent les entreprises, dont les ONG.

L'intervention des ONG. Les organisations non gouvernementales (ONG) participent aussi à la résolution des problèmes liés à la dégradation de l'environnement et les inégalités sociales de deux façons : en amont, en mettant une pression sur les entreprises et en aval, en collaborant avec elles. Dans le premier cas, les ONG partagent de l'information avec les consommateurs sur les impacts environnementaux de certaines entreprises. Ainsi, elles obtiennent le soutien des consommateurs et elles peuvent alors exercer une pression sur les entreprises ou encore sur le marché (York et Venkataraman, 2010). C'est surtout le cas des compagnies pétrolières où il n'existe pas de terrain d'entente entre elles et les revendications des ONG (Mach, 2002).

Dans le deuxième cas, les ONG n'ont pas besoin d'utiliser des moyens plus déterminés, car ce sont les entreprises elles-mêmes qui sollicitent leur aide. Dès lors, les ONG forgent des partenariats avec les entreprises pour des besoins d'informations ou de sensibilisation. Par exemple, Pierre & Vacances, une entreprise du secteur des villages de vacances et des résidences de tourisme, a forgé un partenariat avec le fonds mondial de la nature (WWF) pour que ce dernier l'aide à élaborer un plan d'action de DD (Naaman, 2008).

Cela dit, sans un engagement volontaire de la part des entreprises, ces différentes initiatives gouvernementales et celles des ONG peuvent n'avoir que peu d'impact réel.

Voyons maintenant les motivations ou les intérêts escomptés derrière l'engagement volontaire de ces entreprises dans des pratiques de DD ainsi que les obstacles qu'elles rencontrent dans la mise en place de ces pratiques durables.

1.1.2.2 L'engagement des entreprises

Les grandes entreprises. Les grandes entreprises (GE)⁴ sont souvent considérées comme des gros contributeurs à la dégradation de l'environnement, mais elles peuvent aussi réduire leurs impacts sur l'environnement et la société et contribuer à leur amélioration. Effectivement, cette dernière décennie, plusieurs GE ont pris l'initiative d'améliorer leur performance environnementale et sociale. Selon une étude mondiale effectuée par McKinsey Quarterly, 60% des dirigeants d'entreprises interrogés considèrent que le changement climatique est important et qu'il faut le considérer lors de l'élaboration de la stratégie globale de l'entreprise et plus de 50% jugent qu'il est important de considérer le changement climatique lors du développement des produits, la planification des investissements et des achats et l'approvisionnement (Enkvist et Vanthournout, 2008).

Selon une autre étude effectuée par le *Boston consulting Group et le MIT Sloan Management*, les GE intègrent de plus en plus le DD dans leur gestion et investissent de l'argent dans le DD (25% des participants à l'étude en 2009 prévoient augmenter leur investissement en DD comparativement à 59% en 2010) (Haanaes et al., 2011). Cependant, ce ne sont pas toutes les GE qui adoptent une attitude volontariste. À ce sujet, Wolff (2010) distingue trois profils de GE avec différentes attitudes en matière d'intégration des pratiques de DD : les entreprises à comportement attentiste ou défensif,

⁴ À partir de cet instant, l'acronyme GE sera utilisé à la place de grande entreprise.

celles à comportement adaptatif ou conformiste et celles ayant une attitude proactive. Nous allons les expliciter davantage dans les paragraphes suivants.

Les entreprises à comportement attentiste ou défensif. Ce type d'entreprise priorise le profit. Les investissements écologiques et sociaux sont pour eux des sources de contraintes légales et des coûts inutiles. Par exemple, les constructeurs automobiles Ford et General Motors n'ont pas fait d'efforts en matière de DD (Wolff, 2010, p. 119). Les modèles qu'ils proposaient consommaient beaucoup de carburant. Après l'augmentation du prix de l'essence en 2007- 2008, ils ont perdu des parts de marché au profit de leur concurrent japonais Toyota qui offrait des modèles qui consomment nettement moins (*ibid*, P.119). Ce type de comportement est néfaste pour l'environnement. Les entreprises sont donc obligées de reconsidérer leur comportement et de s'adapter. Aujourd'hui, le comportement attentiste cède lentement place aux deux types de comportements suivants qui eux, sont plus conformes à l'engagement des grandes entreprises dans le DD.

Les entreprises à comportement adaptatif ou conformiste. L'objectif prioritaire de ce type d'entreprise reste le profit tout en respectant au minimum les normes légales. En prenant toujours comme exemple les constructeurs automobiles, après avoir perdu des parts de marché à cause de l'augmentation du prix de l'essence et le resserrement du crédit (aux États-Unis), Ford, Chrysler et General Motors doivent leur survie à un prêt de 13,4 milliards de dollars du gouvernement américain. Par la suite, ils ont changé leur stratégie, optant pour le DD. C'est ainsi que General Motors a créé la Chevrolet Volt, mise en marché en décembre 2010, une voiture électrique qui consomme quatre fois moins que les modèles disponibles sur le marché (Wolff, 2010, p. 121).

Les entreprises ayant une attitude proactive. Dans ce cas, l'entreprise n'essaie pas seulement de réduire son impact environnemental et social, elle contribue également à gérer les problèmes environnementaux et sociaux. Elle ne vise pas essentiellement la rentabilité immédiate, mais la rentabilité dans une perspective de long terme. Ainsi, l'adoption de pratiques respectueuses de l'environnement et de la société peut réduire les coûts, les risques, améliorer l'image de l'entreprise et créer de la différenciation (Wolff, 2010; York et Venkataraman, 2010). Lafarge, une entreprise française, est un bon exemple de ce type d'entreprise. Le débat sur la gestion de l'environnement a été abordé par le président de cette entreprise et quelques autres leaders d'opinion déjà en 1960, quand le sujet était encore embryonnaire (Aggeri et Godard, 2006). Grâce à un engagement au DD, Lafarge a diminué « la production de déchets et l'utilisation de produits dérivés (sous-produits) provenant d'autres industries permettant la réduction des coûts (...), la maîtrise des processus de certifications, ainsi que la légitimité du groupe » (Wolff, 2010, p. 123).

L'implantation de pratiques durables exige un investissement que les GE ont souvent les moyens de s'offrir, mais cela exige, entre autres, des compromis entre la course à la rentabilité et l'investissement patient, car les investissements de DD peuvent nécessiter un délai de rentabilisation plus long que les projets d'investissements traditionnels (Réseau entreprise et développement durable, 2012), ce qui signifie que ces investissements peuvent sembler moins intéressants à court terme. L'autre obstacle est que les GE réagissent lentement aux changements qui surviennent dans leur environnement à cause de la bureaucratie et cela constitue un désavantage stratégique pour ces dernières (Julien, 2005). Les GE recherchent avant tout la justification économique. Certes, elles sont de plus en plus nombreuses à s'engager dans le DD, mais l'intégration du DD n'est pas toujours aussi évidente pour elles. Malgré les réglementations, la RSE et les groupes de pression, les problèmes environnementaux et sociaux persistent, d'où l'intérêt d'envisager une solution qui consiste à impliquer

davantage les PME. Nous présentons ces PME essentielles au DD dans la section suivante.

Les petites et moyennes entreprises. Les PME représentent plus de 90% des entreprises dans la plupart des économies. C'est le même constat au Québec : 98,2% d'entre elles ont moins de 100 employés et 87% comptent moins de 20 employés. Elles sont responsables de 77,7% de tous les emplois créés dans le secteur privé de 2002 à 2012 et de 49% des dépenses en recherche et développement (Industrie Canada. Direction générale de la petite entreprise, Août 2013). Bien que l'impact global des PME soit positif, elles ont un impact négatif sur l'environnement. Il a été rapporté par Williamson, Lynch-Wood, et Ramsay (2006) que les PME sont responsables de 70% de la pollution, de 60% des déchets industriels, de 80% des incidents de pollution et de 60% des émissions totales de dioxyde de carbone.

Étant donné que les PME représentent 99% des entreprises, en intégrant le DD dans ce groupe, nous avons une occasion énorme d'accroître l'impact positif des entreprises et d'atteindre les objectifs sociaux, environnementaux et économiques (les trois dimensions du DD) (Princic et Floyd, 2003). Cela soulève, cependant, la question de la volonté des PME à intégrer le DD (Spence, Biwolé, et Gherib, 2007c).

Roxas et Coetzer (2012) ont montré, lors de leur étude sur les petites entreprises, que l'adoption des pratiques respectueuses de l'environnement dépend en grande partie des croyances et des attitudes des propriétaires dirigeants. Autrement dit, la motivation pour la mise en place du DD dans une PME passe par le propriétaire dirigeant qui est convaincu que c'est la bonne chose à faire (Princic et Floyd, 2003). Ce constat nous indique que les avantages espérés et la réglementation ne contribuent pas à modifier le comportement des PME en matière de DD. Nous devrions donc miser sur ce qui les motive à adopter le DD et selon les études, cet élément est la conviction personnelle du propriétaire-dirigeant (Armstrong, Lavoie, Petkov, Pohlmann, et Smith, 2007; Princic et Floyd, 2003).

Le propriétaire dirigeant est l'individu central dans l'entreprise, il est le décideur, le manager et l'entrepreneur. Selon Julien (2005, p. 143) « On ne peut pas parler de PME sans parler de propriétaires-dirigeants de PME et l'on ne peut pas parler de propriétaires-dirigeants de PME sans parler de l'entrepreneur ». Dans les conditions actuelles des marchés, pour assurer la pérennité de son entreprise, le propriétaire-dirigeant doit être créateur de valeur, porteur d'innovation, développeur d'opportunités d'affaires et preneur de risque (Fonrouge, 2002). Et toutes ces caractéristiques sont celles connues de l'entrepreneur. C'est donc à cet entrepreneur qu'il faudra faire appel pour développer des PME qui s'engagent sur la voie du DD.

En effet, « l'engagement des PME dans le DD peut être considéré comme un acte entrepreneurial étant donné son caractère innovateur et potentiellement créateur de valeur » (Spence, Ben Boubaker Gherib, et Ondoua Biwolé, 2007b). Sans l'engagement de ces entrepreneurs, le DD est un projet qui risque de ne pas se matérialiser. Et, puisque sans l'implication d'une masse critique de PME, le développement durable est un

« projet irréalisable » (F. Labelle, 2008), les entrepreneurs se placent donc comme des acteurs incontournables de ce projet de société.

1.2 LA PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE

1.2.1 Les entrepreneurs : des acteurs incontournables pour un DD

Les écrits récents (Cohen et Winn, 2007; Dean et McMullen, 2007) soulignent qu'il existe des défaillances de marché dans l'environnement qui nuisent à la viabilité du système économique, car ils dégradent les ressources naturelles qui sont nécessaires à générer de la valeur économique future (Dean et McMullen, 2007). Chaque défaillance de marché crée des opportunités. Si elles sont exploitées par les entrepreneurs, ceux-ci peuvent à la fois combler deux besoins : s'attaquer à une partie du problème environnemental et créer une valeur économique et sociale. En d'autres mots, la dégradation de l'environnement crée des opportunités qui peuvent être saisies par de potentiels entrepreneurs pour créer une entreprise durable à travers la création de nouvelles techniques ou procédés respectueux de l'environnement.

Selon York et Venkataraman (2010), les solutions réglementaires proposées actuellement pour résoudre les problèmes environnementaux et sociaux sont nécessaires, mais insuffisantes. Pour une résolution constante, il faut non seulement tabler sur des avancées technologiques qui réduisent la dégradation de l'environnement, mais aussi de l'innovation dans la formation de nouveaux marchés, la distribution de l'information aux consommateurs et de nouveaux modes d'organisations (*ibid*). C'est à ce niveau que les entrepreneurs peuvent jouer un rôle déterminant, car ce sont des individus innovants, c'est-à-dire qu'ils sont capables de faire des choses nouvelles et différentes qui apportent

une valeur ajoutée (Filion, 2008). L'entrepreneuriat représente alors une solution de plus pour pallier les problèmes sociaux et environnementaux.

Selon plusieurs chercheurs, les croyances, les valeurs et les convictions personnelles de l'entrepreneur influencent grandement son entreprise et, par conséquent, elles déterminent l'engagement de son entreprise dans le DD (Dixon et Clifford, 2007; Spence et al., 2007b). Ainsi, nous pensons qu'un individu qui a de fortes valeurs et croyances de DD aura une orientation durable élevée. Si cela est combiné à une intention d'agir, cela pourrait entraîner la création d'une entreprise durable. Pour bien comprendre ces concepts, soit orientation durable et intention d'agir, et les liens qui les unissent, nous devons maintenant les définir et en présenter les dimensions principales. .

1.2.2 L'orientation durable

Une personne ayant une orientation durable élevée (OD) a des valeurs et des croyances qui témoignent de sa sensibilité aux aspects liés à la détérioration de l'environnement ou des problèmes sociaux et qui s'engage volontairement dans des projets qui visent à soutenir des causes liées à ces sujets (Ollitrault, 2001). Par exemple, un individu qui a des sentiments positifs envers l'environnement pourrait choisir de réduire sa consommation d'eau chaude, sa consommation d'électricité, ou encore de limiter ses déplacements en véhicule et d'utiliser le transport en commun, tandis qu'un individu sensible aux enjeux sociaux pourrait lutter contre le travail des enfants, ou lutter pour la paix et les droits de l'humain, etc.

Le concept d'engagement exige d'abord une action volontaire. Il ne s'agit pas uniquement d'une intention, mais bien de gestes concrets réalisés pour intégrer les

dimensions du DD à ses routines, ses habitudes de vie et de travail. Pour Dreyer et Pérenne (2012, p. 69), l'élément principal de l'engagement « est la décision intérieure, libre et volontaire, de l'individu de s'engager » dans une cause ou un projet.

La recherche empirique montre que les personnes ayant une orientation environnementale profonde ont un désir élevé d'exprimer ces valeurs en s'engageant dans une action volontaire (Bruyere et Rappe, 2007). Cela a été constaté dans le contexte du bénévolat dans des groupes de défense de l'environnement, ou de support à certaines causes sociales. Les bénévoles impliqués sont conscients des enjeux environnementaux et sociaux et sont désireux d'apporter des solutions à ces problèmes. En d'autres termes, ils ont l'intention d'agir.

Cette intention d'agir à partir d'une sensibilité aux enjeux environnementaux et sociaux est aussi démontrée dans le contexte de l'entrepreneuriat. Les entrepreneurs qui ont une connaissance préalable des problèmes de durabilité sont en meilleure position pour percevoir des opportunités axées sur le DD (Belz et Binder, 2013). C'est de cette façon que la capacité d'identifier une opportunité entrepreneuriale axée sur le DD peut se traduire en une intention d'agir sur ces possibilités (Kuckertz et Wagner, 2010). C'est le cas, par exemple, de Tesla Motors, un constructeur automobile de voitures électriques situé à la Silicon Valley en Californie aux États-Unis. L'entreprise a été créée suite à un problème de durabilité observé par l'entrepreneur, celui des émissions de gaz à effet de serre et la dépendance des États-Unis pour la consommation de pétrole (Nora, 2013). Le besoin de l'entrepreneur de résoudre ce problème le conduit à l'identification d'une opportunité d'affaires, celle de pouvoir construire des voitures électriques à 100%.

C'est ce qui nous ramène au deuxième concept que vise cette étude, qui est l'intention d'entreprendre.

1.2.3 L'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale est utilisée pour prédire l'acte d'entreprendre. Elle n'est pas confondue avec un simple désir ou une disposition personnelle, mais une volonté consciente et planifiée, qui dicte des actions nécessaires pour lancer une entreprise (Thompson, 2009). L'utilisation de l'intention part du principe que l'acte d'entreprendre est planifié et intentionnel. Dès lors, cette intention devient une variable explicative du comportement (Fayolle, 2012, p. 101). Les intentions capturent les facteurs de motivation qui influencent un comportement et indiquent à quel point l'individu est prêt à entreprendre d'efforts pour effectuer le comportement en question (Engle et al., 2010). « L'intention est une perception qui permet d'appréhender la création d'une entreprise comme une voie de carrière possible », mais elle « ne constitue pas une action. Elle représente une pensée, c'est un futur envisagé et préféré, mais non encore certain » (Fayolle, 2012, p. 104). Cependant, « l'intention reflète bien le désir d'agir et la croyance selon laquelle on va agir » (*ibid.*, p.103).

Selon Fayolle (2012, p. 104), l'intention peut être formée à partir de plusieurs facteurs : les attributs psychologiques tels que la propension à prendre des risques, les motivations telles que le fait de contribuer à l'obtention d'une société juste et responsable; la culture et l'environnement social. D'ailleurs, plusieurs études portent sur l'impact de ces deux éléments sur l'intention (Liñán, Urbano, et Guerrero, 2011; Moriano et al., 2012). Et, enfin, les caractéristiques de l'environnement et le temps disponible pour le projet sont aussi des éléments qui peuvent influencer sur l'intention

Fayolle (2012, p. 104). Plusieurs modèles théoriques ont tenté d'expliquer l'intention entrepreneuriale. Ces modèles seront présentés dans le chapitre deux.

En résumé, la problématique managériale de ce mémoire est celle d'un gestionnaire d'un programme gouvernemental tel que le programme écoléadership initié par la SADC (société d'aide au développement des collectivités) de la MRC de Maskinongé, Centre-de-la-Mauricie et Nicolet-Bécancour. Le gestionnaire de ce programme a pour objectif de cibler une clientèle jeune qui a une intention d'entreprendre et une orientation durable. Dans la littérature disponible, très peu sont les moyens qui permettent d'identifier ces jeunes ou encore de documenter ce lien possible entre l'intention d'entreprendre et une orientation durable. Cette étude est l'une des rares qui vérifie et documente ce lien.

1.3. LA PROBLÉMATIQUE SCIENTIFIQUE

1.3.1 Les écrits récents

La littérature sur l'entrepreneuriat axé sur le DD n'est pas abondante. Cependant, depuis quelques années, il existe de plus en plus de chercheurs explorant ce domaine. Entre autres, nous pouvons citer les travaux des chercheurs suivants :

- a. Dean et McMullen (2007) et Cohen et Winn (2007) expliquent l'importance du rôle des entrepreneurs pour avoir des entreprises durables à cause de leur capacité à déceler des opportunités entrepreneuriales.

- b. Schaltegger et Wagner (2011) montrent qu'il faut des entrepreneurs pour avoir une société juste et équitable; car ils sont créatifs et ont la capacité d'innover. Par conséquent, ils sont capables de créer de nouveaux produits et services qui sont innovants et durables.
- c. York et Venkataraman (2010) soutiennent que, s'il y avait moins de restrictions réglementaires, il serait susceptible de voir des innovations qui répondent aux problèmes environnementaux à travers l'action entrepreneuriale, car plus il y a de l'incertitude, plus les entrepreneurs sont innovants.
- d. Belz et Binder (2013) ont développé un modèle de l'entrepreneuriat axé sur le DD. C'est un processus à six étapes expliquant comment l'individu passe d'une OD et d'une intention d'agir afin d'obtenir une société durable à un entrepreneur créant une entreprise durable.

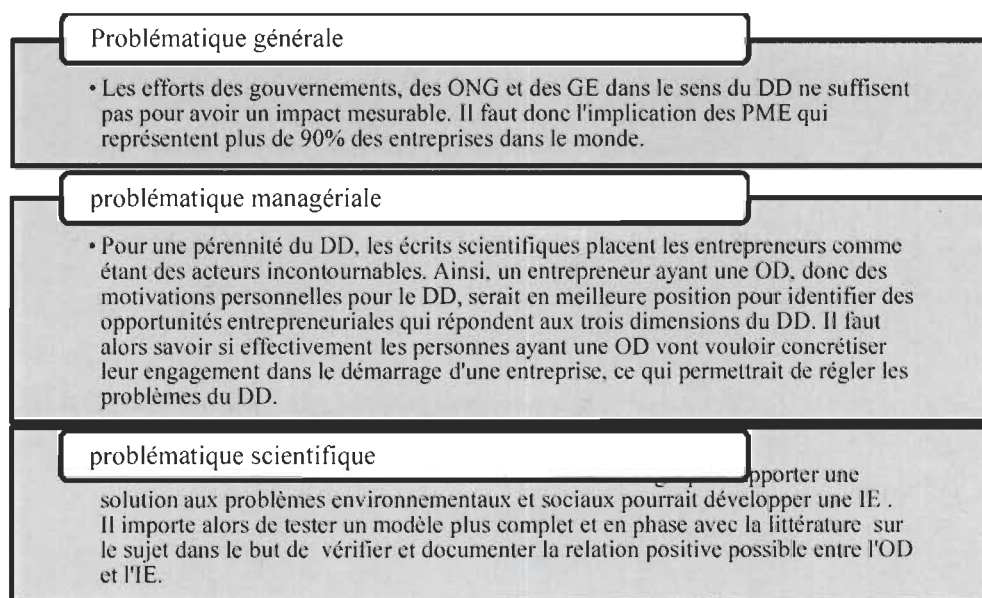
Toutes ces études montrent l'importance du rôle de l'entrepreneuriat pour un DD. Bien qu'elles soient très intéressantes, Hall, Daneke, et Lenox (2010) ont constaté que les recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat axé sur le DD sont plus théoriques qu'empiriques, d'où l'importance d'effectuer davantage d'études empiriques pour contribuer à l'avancée de la connaissance dans le domaine. À travers la recension des écrits, nous avons trouvé une étude empirique, celle de Kuckertz et Wagner (2010). Ces derniers vérifient l'influence de l'OD sur l'IE. Les résultats de cette étude démontrent une relation positive entre l'OD et l'IE des étudiants, mais cette relation disparaît dans le cas des diplômés ayant une expérience de travail. Les auteurs concluent alors que l'OD influence positivement l'IE, mais pas pour tous les groupes d'individus; car l'expérience de travail détruit cette relation positive entre l'OD et l'IE. D'après les chercheurs, plus

l'individu a de l'expérience, plus il devient conscient des défis pour de telles occasions, c'est-à-dire qu'il se rend compte que la réalisation des opportunités axée sur le DD est potentiellement plus difficile que la réalisation des opportunités classiques (qui visent uniquement le profit). Cette recherche a produit des résultats prometteurs, mais elle comporte quelques lacunes. Entre autres, nous avons noté l'absence de cadre conceptuel et l'intention qui est mal mesurée. D'autres recherches sont alors nécessaires pour approfondir la connaissance sur le sujet. Nous allons tenter de corriger ces lacunes avec la présente étude, d'où notre problématique spécifique, qui consiste à documenter et à vérifier empiriquement la relation positive possible entre une OD avec de meilleurs outils.

1.3.2 Objectif de l'étude

En somme, la problématique de recherche est résumée dans la figure 1 qui suit :

Figure 1: Résumé de la problématique de recherche



Pour mener cette recherche, nous devrions répondre à la question de recherche suivante, qui fera l'objet de cette étude:

Question: Existe-t-il une relation positive entre l'OD et l'IE?

Aux fins de cette recherche, nous allons donc effectuer une étude quantitative. Nous optons pour un raisonnement de type déductif de la méthode scientifique, car il permet de vérifier empiriquement les hypothèses posées. Il s'agit aussi d'une étude de type corrélationnel, car nous allons étudier la relation entre la variable indépendante (l'OD) et la variable dépendante (l'IE). Cette méthode est indiquée, car elle permet de vérifier les propositions théoriques quant à la possible existence d'une relation positive entre les variables étudiées.

Dans ce chapitre, nous avons montré que, malgré les efforts et les actions des gouvernements et des ONG, il faudrait un engagement volontaire de tous les acteurs pour un développement durable accru. Parmi ces acteurs, les PME sont particulièrement importantes, puisqu'elles constituent plus de 90% des entreprises. Étant donné leurs spécificités, elles constituent une masse critique indispensable pour un déploiement du DD, d'où l'importance du rôle des entrepreneurs qui créent ces PME. Ainsi, nous supposons que les individus qui ont une connaissance préalable des problèmes de durabilité sont en meilleure position pour percevoir des opportunités axées sur le DD parce qu'ils sont prédisposés à agir en concordance avec leurs valeurs. Ils pourraient avoir une IE plus élevée, d'où l'objectif de cette étude, qui est de déterminer empiriquement s'il existe une relation entre une OD et une IE.

CHAPITRE 2 : RECENSION DES ÉCRITS

Dans ce chapitre, nous allons définir et expliquer l'orientation durable. Ensuite, nous allons présenter le concept d'intention d'entreprendre et terminer par notre cadre conceptuel.

2.1 DÉFINITION DU CONCEPT D'ORIENTATION DURABLE

Nous pouvons dire qu'une personne ayant une OD élevée est un individu qui a des valeurs et des croyances de DD. Ce sont des individus inquiets de la détérioration de l'environnement ou des problèmes sociaux et qui seraient prêts à s'engager volontairement dans des projets qui visent deux ou trois des dimensions du DD. Le fait de s'engager envers le DD leur permet de donner un sens à leurs valeurs. Cela s'inscrit en continuité avec leur personnalité et leur permet donc d'être fidèles à leurs origines et aux valeurs qu'ils ont développées (Barré, 2009, p. 28).

Selon Becker et Félonneau (2011), l'orientation envers le DD découlerait des valeurs de l'individu. D'après Rokeach (1973), les valeurs ont généralement été considérées comme les objectifs qui guident les principes de la vie. Elles représentent des objectifs importants et servent de principe directeur dans la vie d'une personne. Elles sont considérées comme des déterminants des attitudes et des comportements tels que les comportements pro-environnementaux et pro-sociaux.

L'attitude envers un comportement est l'expression des croyances profondes de chaque individu (Ajzen, 1991). Elle découle de ses motivations et de ses valeurs. L'attitude reflète donc ses convictions et opinions sur un comportement donné. Par conséquent, un individu qui a des valeurs de DD a également une attitude favorable envers le DD, d'où notre pensée qu'une orientation durable est une attitude favorable envers le DD.

Une personne ayant une OD est celle qui est orientée vers le DD. De ce fait, la définition du concept d'OD se fera suivant chacune des trois dimensions du DD. Par définition, et par historicisme, la préoccupation pour les volets économiques des entreprises n'est plus à expliquer. Que ce soit pour maximiser ce volet ou pour simplement assurer la survie de l'entreprise (profit minimal ou satisfaisant), la dimension économique a toujours été au cœur des préoccupations des divers acteurs qui forment l'entreprise et son écosystème (ex. banque, fournisseurs, employés, etc.)

Par conséquent, comme l'ont fait Lawrence, Collins, Pavlovich, et Arunachalam (2006), nous allons surtout centrer notre attention sur les deux autres dimensions du DD, qui elles, nécessitent une explication plus approfondie. Ainsi, nous avons trois types d'OD : l'orientation pro-environnementale, l'orientation pro-sociale et l'OD qui marie les dimensions sociales et environnementales.

2.1.1 Orientation pro-environnementale

L'orientation pro-environnementale est une dimension affective et émotionnelle qui implique des sentiments positifs envers l'environnement et la prédisposition de s'opposer fermement à des comportements anti-environnementaux (Víctor Corral-Verdugo et al., 2009). Par exemple, un individu qui choisit d'utiliser le transport en commun pour se déplacer ou de réduire sa consommation d'eau chaude adopte un comportement qui illustre son orientation pro-environnementale. Cependant, les personnes préoccupées par l'état de l'environnement pourraient l'être pour des raisons fondamentalement différentes (Wesley Schultz et Zelezny, 1999).

Dans ce sens, Stern et Dietz (1994) proposent trois bases distinctes pour les attitudes pro-environnementales basées sur les croyances de l'individu. Le premier type d'individu pense, par exemple, que l'environnement doit être protégé parce qu'il ne veut pas respirer de l'air pollué. Le deuxième type d'individu pense que l'environnement doit être protégé à cause des conséquences qu'il peut y avoir sur les autres personnes à long terme, tandis que le troisième type d'individu pense que les êtres humains ne doivent pas nuire à la nature parce que les humains ne sont qu'une partie d'un tout qui l'enchâsse.

2.1.2 Orientation pro-sociale

L'orientation pro-sociale consiste à soutenir ou à être sensible à un ensemble d'enjeux sociaux. Cette orientation est associée à des situations durables dans la vie quotidienne (Víctor Corral-Verdugo et al., 2009). Par exemple, cela peut-être la sensibilité à la pauvreté, la sensibilité à la discrimination raciale, la sensibilité à la

violence conjugale, etc. La diversité et le nombre d'enjeux sociaux sont apparents. Il ne suffit que de consulter les quotidiens nationaux et internationaux pour le constater.

Tout comme pour l'orientation pro-environnementale, diverses raisons peuvent soutenir l'orientation pro-sociale. Certains individus peuvent être stimulés par leurs propres intérêts. Par exemple Penner, Fritzsche, Craiger, et Freifeld (1995) suggèrent que les individus font des actions pro-sociales non pas en raison de ce qu'ils font pour les autres, mais plutôt à cause de ce qu'ils font pour eux-mêmes. D'autres le font pour maximiser des résultats collectifs (Kaiser et Byrka, 2011). Ainsi, selon Bédard, Lamarche, et Déziel (2012, p. 303), « le comportement pro-social peut se définir comme étant un acte effectué dans l'intention d'aider autrui, sans égard aux motivations ou aux récompenses attendues ».

D'autres facteurs semblent animer les individus avec une orientation pro-sociale. Certains chercheurs pensent que les individus ayant une orientation pro-sociale ont des traits de personnalité qui les prédisposent en quelque sorte à cette orientation. En ce sens, la tendance à montrer de la gratitude ou encore le fait d'être reconnaissant démontrent une orientation pro-sociale. De ce fait, ces personnes sont également empathiques, indulgentes et serviables (McCullough, Emmons, et Tsang, 2002). L'amabilité a également été montrée comme un trait de personnalité qui caractérise les personnes ayant une orientation pro-sociale (Graziano, Habashi, Sheese, et Tobin, 2007).

2.1.3 Vers une orientation pro-environnementale et sociale

Selon les résultats d'une méta-analyse effectuée par Bamberg et Möser (2007), les orientations pro-environnementales et pro-sociales sont liées, car elles découlent toutes deux des intérêts personnels (par exemple, le fait d'adopter des pratiques qui minimisent les risques sur notre propre santé) et des préoccupations pour les autres personnes : pour les générations futures, pour les autres espèces et pour les écosystèmes tels que la prévention de la pollution de l'air, qui pourrait causer des risques de santé pour les autres et pour le climat mondial. Dans le même sens, les résultats de l'étude de Kaiser et Byrka (2011) révèlent que 90% des personnes ayant une orientation pro-environnementale ont aussi une orientation sociale. Une raison de plus qui justifie que nous nous dirigeons doucement vers une orientation pro-environnementale et sociale.

En somme, nous pouvons dire qu'une personne ayant une OD est un individu qui a une orientation pro-environnementale, une orientation pro-sociale, une combinaison des deux, sans oublier un souci pour le volet économique. Dans le cadre de cette étude, nous considérons qu'une personne ayant une OD doit jumeler deux dimensions, soit le volet économique et l'un ou l'autre des autres volets. Après avoir défini le concept d'OD, il nous paraît nécessaire de nous attarder sur les déterminants de cette orientation durable.

2.1.4 Quelques déterminants de l'OD

Il ressort de notre revue de littérature que l'OD est influencée par certains déterminants individuels. Selon Becker et Félonneau (2011), l'orientation envers le DD découlerait des valeurs de l'individu. D'après Rokeach (1973), les valeurs ont généralement été considérées comme les objectifs qui guident les principes de la vie. Ils représentent des objectifs importants et servent de principe directeur dans la vie d'une personne. Ils sont considérés comme déterminants des attitudes et des comportements tels que les comportements pro-environnementaux et pro-sociaux.

Les valeurs peuvent jouer un rôle important concernant les problèmes de durabilité (Poortinga, Steg, et Vlek, 2004). Plusieurs études ont montré que les valeurs contribuent à la définition et à la compréhension de diverses attitudes et comportements environnementaux. Wesley Schultz et Zelezny (1999) ont effectué une étude internationale qui étudie la relation entre les valeurs et les attitudes. Cette recherche a été effectuée auprès d'étudiants universitaires dans 14 pays. Dans l'ensemble, les résultats de l'étude soutiennent la croyance selon laquelle les valeurs sont à la base des attitudes environnementales. Le *Portrait Value Questionnaire (PVQ)* de Schwartz a été utilisé par Becker et Félonneau (2011), pour expliquer le lien possible entre les valeurs d'une part, et les attitudes et comportements environnementaux d'autre part. Les résultats de l'étude appuient effectivement l'existence de ce lien.

L'orientation future est un trait psychologique qui conduit les individus à anticiper les conséquences de leurs actes. Cette dernière intègre une dimension temporelle importante, qui devrait être incluse dans la définition d'une orientation durable. Comme la définition du DD le stipule, le DD est un développement qui répond aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre

aux leurs (Commission mondiale sur l'environnement et le développement et Brundtland, 1987). Cette définition inclut une dimension temporelle, car elle souligne l'importance de l'avenir des générations futures. Par conséquent, nous pourrions penser qu'une personne orientée vers le futur se soucie des objectifs de long terme.

En effet, être orienté vers le futur pourrait impliquer l'adoption de pratiques respectueuses des systèmes socioécologiques. V. Corral-Verdugo et Pinheiro (2006) ont effectué une étude qui a pour objectif de déterminer si l'orientation future est un facteur prédictif significatif du comportement durable. Les résultats de l'étude indiquent que l'orientation future est une dimension psychologique importante du comportement durable. En fait, les personnes orientées vers l'avenir sont plus engagées dans des pratiques de durabilité. Les chercheurs concluent que ce résultat renforce l'idée selon laquelle l'orientation durable a une composante temporelle dans laquelle l'individu anticipe l'effet de ses propres actions. Ainsi, il établit et réalise des objectifs qui visent à préserver l'environnement pour les générations futures (V. Corral-Verdugo et Pinheiro, 2006). Dès lors, nous pouvons dire que l'orientation future affecte significativement et positivement le comportement durable (V. Corral-Verdugo et al., 2009).

Finalement, l'altruisme est une dimension très importante de l'OD, car elle implique de produire des effets positifs sur les besoins des autres personnes (V. Corral-Verdugo et al., 2009). Kaiser et Byrka (2011) affirment que 90% des personnes ayant une orientation pro-environnementale ont aussi une orientation sociale. Cela pourrait être expliqué par le fait que l'altruisme est justement une composante importante de l'OD. L'altruisme peut être défini comme un état de motivation qui vise à accroître le bien-être des autres sans toutefois avoir un gain pour soi-même (Tapia-Fonllem, Corral-Verdugo, Fraijo-Sing, et Durón-Ramos, 2013).

En effet, l'altruisme est une composante qui influe sur l'orientation pro-environnementale et sur l'orientation pro-sociale. Dans une étude de Stern (2000), l'altruisme a été reconnu comme l'un des principaux moteurs de la conservation de l'environnement (Stern, 2000) et c'est aussi une composante importante de l'orientation pro-sociale. Dès lors, nous pouvons affirmer que l'altruisme est une composante importante qui influe sur le comportement durable.

Cette section nous a permis de présenter les déterminants individuels qui semblent influencer sur l'OD. Il est à présent nécessaire d'expliquer comment nous pourrions identifier ces individus qui ont une OD, et c'est l'objectif de la section suivante.

2.1.5 Identification du degré d'OD des individus

À travers la recension des écrits, nous avons constaté que la manière d'établir le niveau d'OD des personnes se fait essentiellement par deux moyens :

- À travers les actions et les pratiques pro-sociales et/ou pro-environnementales des individus;
- Ou encore à travers leurs visions et objectifs.

Pour ce faire, nous allons présenter quelques modèles de mesure utilisés par d'autres chercheurs dans le cadre de leur étude. Ces derniers nous permettront de comprendre comment nous pourrions distinguer les niveaux d'OD des personnes.

Les attitudes pro-environnementales ont été mesurées par Heyl, Díaz, et Cifuentes (2014) à travers une recension des écrits scientifiques. Ils ont regroupé les articles en six catégories, à savoir ceux traitant du recyclage, de la consommation d'énergie, de la consommation d'eau, du transport (utilisation des transports publics ou à vélo), de la consommation responsable des produits et de la participation à des actions (utilisation de matériaux recyclés papier, l'achat d'aliments biologiques ou produits responsables) gouvernementales. Leur but était de vérifier lesquelles de ces catégories étaient les plus significatives et pouvant donc être qualifiées d'attitudes pro-environnementales. Les résultats de l'étude révèlent que le recyclage, la consommation d'eau et d'énergie sont les plus significatifs, tandis que la consommation responsable des produits et la participation à des actions sont les moins significatives.

Dans une autre étude (dont l'objectif était de déterminer si les individus qui avaient une orientation pro-environnementale avaient aussi une orientation pro-sociale), Kaiser et Byrka (2011) ont évalué le comportement pro-environnemental par un ensemble d'éléments tels que la consommation, le recyclage, l'utilisation de l'énergie et l'appartenance à un système de covoiturage, tandis que le comportement pro-social a été mesuré en fonction de neuf questions qui ont pour but de déterminer si l'individu a une orientation pro-sociale ou non. Les résultats de l'étude révèlent que 90% des personnes ayant une forte orientation pro-environnementale avaient aussi une orientation pro-sociale, tandis que seulement 65% des personnes étant moins engagées envers l'environnement avaient aussi une orientation pro-sociale.

Une étude sur la consommation d'énergie des ménages a été effectuée par Poortinga et al. (2004) dans le but d'évaluer les valeurs, les préoccupations et le comportement environnemental des participants. Pour mesurer les valeurs, les

répondants devaient indiquer, sur une échelle de 1 à 5, leur degré d'accord avec des énoncés comme : « nous n'avons pas besoin de nous inquiéter sur le réchauffement climatique », « pour résoudre les problèmes environnementaux le gouvernement devrait donner des règles claires ». Pour évaluer les comportements, les questions portaient sur des éléments tels que le fait d'éteindre les lumières dans les pièces inutilisées, le fait de prendre une douche courte ou encore le fait d'utiliser un réfrigérateur éco énergétique. Les résultats de l'étude suggèrent que l'utilisation des variables d'attitude uniquement, telle que les valeurs, peut être très limitée pour expliquer tous les types de comportement environnemental.

Plus près de notre thématique de recherche, il existe une étude qui porte spécifiquement sur l'orientation durable des entrepreneurs potentiels. Les auteurs de cette recherche, Kuckertz et Wagner (2010) établissent un lien entre les attitudes et les convictions et l'intention entrepreneuriale axée sur le DD. Les auteurs ont effectué une synthèse de la littérature dans les domaines de la psychologie environnementale, l'entrepreneuriat social et environnemental et la gestion du développement durable. Dans cette étude, les auteurs mesurent l'orientation durable à travers les affirmations⁵ suivantes :

- Les entreprises nationales devraient avoir un rôle leader au niveau international dans la protection de l'environnement.
- Les entreprises orientées vers l'environnement ont des avantages dans le recrutement et la rétention des employés qualifiés.
- La performance environnementale d'une entreprise sera considérée de plus en plus par les institutions financières.
- La responsabilité sociale des entreprises devrait être à la fondation de chaque entreprise.

⁵ Toutes ces affirmations sont issues d'une traduction libre.

- Je crois que les problèmes environnementaux sont l'un des plus grands défis de notre société.
- Je crois que les entrepreneurs et les entreprises doivent prendre en charge de plus grandes responsabilités sociales.

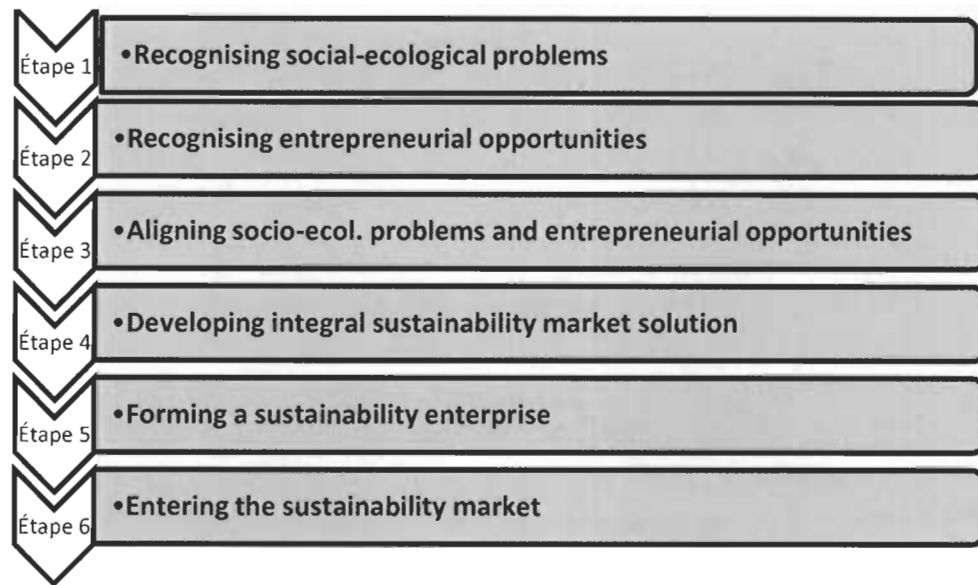
Leur mesure de l'OD a généré un Alpha de Cronbach de 64, qui témoigne d'un niveau de consistance interne assez peu élevé, mais qui respecte néanmoins les niveaux d'acceptabilité édictés par Nunnally (1978).

Dans cette section, nous avons présenté et expliqué le concept d'OD. Pour ce faire, nous avons défini l'orientation durable, présenté ses déterminants ainsi que les moyens qui nous permettent d'identifier les personnes ayant une OD. Il est à présent nécessaire de présenter le processus d'orientation durable des individus, c'est-à-dire, comment un individu passe d'une OD à un entrepreneur ayant une orientation durable.

2.1.6 Le processus d'orientation durable des individus

Pour approfondir notre explication du concept d'OD des individus, nous allons nous baser sur le travail de Belz et Binder (2013). Pour ces auteurs, l'entrepreneuriat est un moyen efficace pour résoudre les problèmes environnementaux et sociaux tout en ayant une viabilité économique. Le modèle proposé comporte six phases qui sont présentées ci-dessous dans la figure 2.

Figure 2: Modèle du processus d'entrepreneuriat durable



Source: Belz et Binder (2013)

Traduit dans le contexte qui nous intéresse, c'est un processus qui explique comment l'individu passe d'une OD et d'une intention de faire quelque chose pour avoir une société durable à un entrepreneur créant une entreprise durable. La première phase est la reconnaissance des problèmes environnementaux et sociaux. Quand un individu a une OD, cela a une influence considérable sur sa capacité à reconnaître les problèmes sociaux et environnementaux (Kuckertz et Wagner, 2010).

La deuxième phase est l'identification d'une opportunité entrepreneuriale. Patzelt et Shepherd (2011) soutiennent que la connaissance préalable des problèmes présents dans l'environnement naturel et une société joue un rôle très important dans l'identification d'opportunités visant la résolution de ces problèmes, car une personne

qui est engagée envers le DD a une connaissance des problèmes qui menacent l'environnement et la société.

La troisième phase est l'alignement des problèmes sociaux et environnementaux aux opportunités entrepreneuriales. La reconnaissance d'une opportunité résulte de la vision de la personne d'un avenir durable et motivé par son désir d'apporter un changement pour le mieux, mais pour transformer cette opportunité en un projet entrepreneurial, cela dépend de la personnalité de l'individu : ses caractéristiques, sa vision, sa motivation et sa capacité entrepreneuriale (Belz et Binder, 2013) . Dans le même sens, Patzelt et Shepherd (2011) soutiennent que la connaissance entrepreneuriale est essentielle pour concrétiser son projet. Cette troisième étape est d'autant plus importante pour nous, car c'est ce que nous cherchons à savoir avec cette étude. C'est-à-dire, si un individu a une connaissance des problèmes environnementaux et sociaux et une volonté de résoudre ces derniers, sera-t-il capable de déceler une opportunité entrepreneuriale et, par conséquent, d'avoir une intention d'entreprendre? Est-ce que cette forte volonté d'apporter des solutions aux problèmes environnementaux et sociaux contribuera à augmenter son intention de créer une entreprise durable?

La quatrième phase est le développement d'une solution intégrale d'un marché durable. Lors de cette phase, il faut une innovation, non nécessairement radicale, mais du moins des améliorations ou des combinaisons de ressources existantes qui peuvent conduire à des changements en matière de DD (Belz et Binder, 2013). C'est durant cette phase que l'entrepreneur doit faire preuve de créativité et d'innovation, car dans un système de marché, le DD passe par l'innovation des entrepreneurs qui ne peuvent atteindre les objectifs environnementaux ou sociaux qu'avec des produits de qualité supérieure ou des procédés qui ont du succès sur le marché (Schaltegger et Wagner, 2011).

La cinquième phase est celle de la création d'une entreprise durable. Durant cette phase, l'entrepreneur doit démontrer qu'il possède les capacités lui permettant d'obtenir les ressources financières nécessaires pour le démarrage de son entreprise (Belz et Binder, 2013). L'enjeu durant cette phase est de trouver des investisseurs qui partagent les mêmes valeurs que l'entrepreneur en matière de DD.

La dernière étape consiste à l'entrée sur le marché. Les entreprises qui ont réalisé une innovation radicale créent un nouveau marché et ce sont elles qui auront un impact majeur en matière de DD (Schaltegger et Wagner, 2011), tandis que celles qui ont effectué des améliorations occupent généralement un marché de niche. Pour les deux sortes d'entreprises, le défi à cette étape est de concilier les trois dimensions du DD (Belz et Binder, 2013).

Avec cette section qui porte sur le processus d'orientation durable des individus, nous avons terminé la présentation de notre premier concept. Il importe alors de présenter le deuxième concept de ce chapitre, l'intention d'entreprendre.

2.2 INTENTION D'ENTREPRENDRE

Plusieurs chercheurs s'entendent sur le fait que l'entrepreneuriat est un phénomène vital pour le dynamisme et le développement économique régional ou territorial (Filion et Allali, 2007; Julien, 2005; Julien, Vaghely, et Brousseau, 2008). Les apports de l'entrepreneuriat pour une société concernent, par exemple, la création d'entreprises, la création d'emplois, l'innovation (en identifiant des opportunités et en développant des technologies qui créent de nouvelles activités économiques) (Julien, 2005). C'est un vaste domaine de recherche qui suscite l'attention de plusieurs chercheurs (Julien et Cadieux, 2010; Kuckertz et Wagner, 2010; Labelle, St-Jean, et Dutot, 2012; Marco van et al., 2008; Moriano et al., 2012; Wu et Wu, 2008). Dans le cadre de cette étude, nous nous intéresserons particulièrement à l'intention d'entreprendre.

La recherche dans le domaine de l'intention entrepreneuriale vise à prévoir le comportement entrepreneurial d'une part et de comprendre comment les intentions elles-mêmes se forment d'autre part (Fayolle et Gailly, 2009). L'intention d'entreprendre a été définie de multiples façons. Par exemple, Fayolle et Gailly (2009, p. 177) la définissent « comme étant un état d'esprit orientant l'attention et l'action d'un individu vers des situations professionnelles indépendantes, par opposition à des positions d'employés », ou encore Moriano et al. (2012), qui définissent l'intention entrepreneuriale comme un état d'esprit conscient qui précède l'action et qui dirige l'attention vers un but qui est le démarrage d'une nouvelle entreprise.

Pour comprendre l'intention d'entreprendre, deux théories ont été largement mobilisées. Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) en entrepreneuriat, et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie.

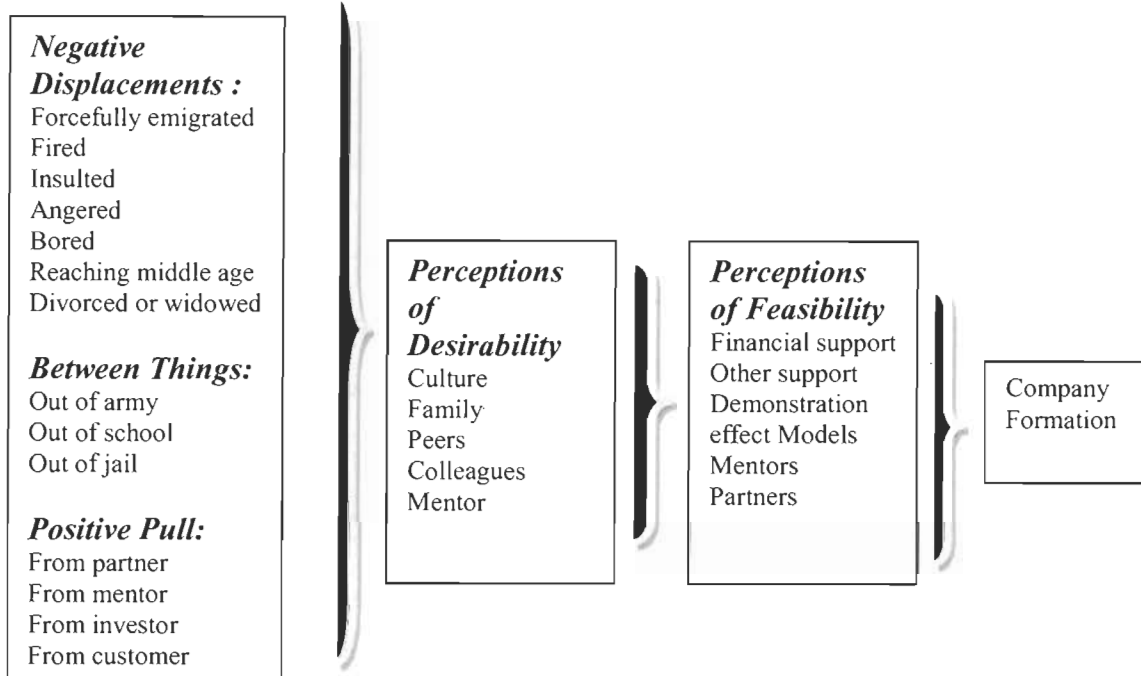
Nous les présentons tour à tour pour mieux comprendre le phénomène et pour construire notre cadre conceptuel.

2.2.1 Le modèle de l'évènement entrepreneurial

Shapiro et Sokol (1982) soutiennent que l'acte d'entreprendre peut être expliqué par trois facteurs qui provoquent des changements majeurs dans la vie d'un individu. Le premier est lié aux événements malheureux dans la vie de la personne tels que l'immigration, un licenciement ou un divorce. Le deuxième est lié aux situations intermédiaires que représente la fin d'une étape dans la vie de la personne telle que la sortie de l'armée, de l'école ou de la prison. Et le troisième est surtout lié à un événement positif dans la vie de la personne tel que l'appui de la famille ou encore une opportunité à saisir. Tous ces éléments sont représentés dans la figure 3 qui suit.

Figure 3: Formation de l'événement entrepreneurial⁶

Life path changes



À l'interface, entre ces trois facteurs et l'acte d'entreprendre, les auteurs identifient deux variables intermédiaires : la perception de désirabilité et la perception de faisabilité.

⁶ Source : (Shapero & Sokol, 1982, p. 83)

2.2.1.1 La perception de désirabilité

La désirabilité désigne les facteurs sociaux et culturels qui interviennent dans la formation de l'événement entrepreneuriale (qui) (se manifestent) à travers la formation du système de valeur individuel (Shapero et Sokol, 1982, p. 83). Ainsi, plus un système social accorde de la valeur à l'innovation, la prise de risque et l'indépendance, plus l'on produira d'événements entrepreneuriaux. La perception de désirabilité « est le degré d'attrait qu'un individu ressent envers la création d'entreprise » (Boissin, Chollet, et Emin, 2008).

2.2.1.2 La perception de faisabilité

La perception de faisabilité est la mesure dans laquelle on se sent capable de démarrer une entreprise (Boissin et al., 2008). Shapero et Sokol (1982) soutiennent que la disponibilité des ressources influence directement la propension à créer une entreprise. Ainsi, le capital investi pour la création de l'entreprise proviendrait des économies personnelles de l'individu, de l'apport des parents ou encore des membres d'un groupe ethnique. D'autres facteurs tels que la disponibilité de conseil, l'aide des proches et des amis ou encore la formation entrepreneuriale agissent aussi sur la perception de faisabilité.

2.2.1.3 La propension à agir

Une troisième variable, nommée propension à agir, a été ajoutée au modèle de Shapero et Sokol suite aux travaux de Krueger (1993). Plusieurs chercheurs, par la suite, ont également ajouté la propension à agir comme troisième variable au modèle de Shapero et Sokol (Emin, 2004; Krueger, Reilly, et Carsrud, 2000; Nabi, Holden, et

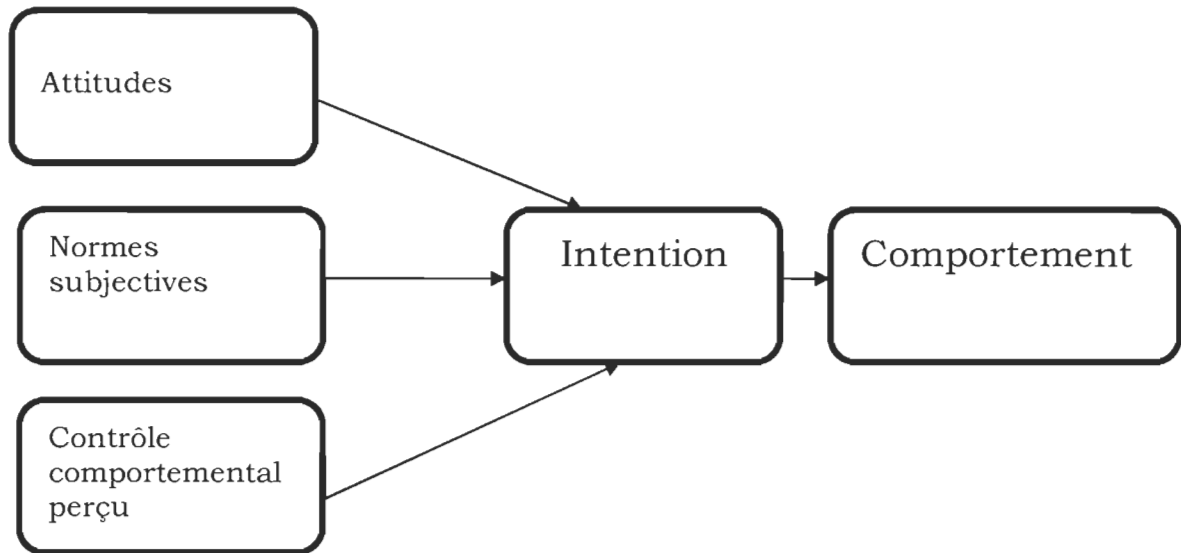
Walmsley, 2010; Schlaegel et Koenig, 2014). Selon ces chercheurs, la propension à agir reflète la composante volontaire des intentions. Elle est définie comme étant la disposition d'un individu à agir à partir de ses propres décisions, reflétant ainsi les aspects volontaires de son intention (*ibid*). Ainsi, un individu qui aime le métier d'entrepreneur, qui croit avoir les capacités de démarrer une entreprise et qui est capable de prendre ses propres décisions serait un individu ayant une forte intention d'entreprendre.

2.2.2 La théorie du comportement planifié d'Ajzen

La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)⁷ a comme élément central l'intention. Elle permet de prédire et d'expliquer le comportement humain planifiable. Elle mesure le degré d'intensité de l'intention ainsi que l'effort que l'individu est prêt à déployer pour que le comportement se concrétise. D'après la théorie du comportement planifié, l'intention se forme sous l'effet de trois facteurs : les attitudes envers le comportement, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu. Le modèle peut être représenté schématiquement par la figure 4 qui suit.

⁷ La théorie du comportement planifié est une extension de la théorie de l'action raisonnée (Ajzen & Fishbein, 1980).

Figure 4: Schéma de la théorie du comportement planifié



Comme le montre la figure 4, le comportement découle de l'intention de l'individu d'adopter le comportement en question, tandis que l'intention elle-même est déterminée par les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur, les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale et le contrôle comportemental perçu. Bien que ces trois éléments combinés déterminent l'intention, il faut noter qu'ils sont indépendants. Ainsi, l'intention peut découler de la combinaison de deux ou trois de ces composants.

2.2.2.1 Les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur

Derrière toute action entrepreneuriale se situent les intentions entrepreneuriales et derrière celles-ci sont les attitudes entrepreneuriales (Krueger, 2007). L'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur se réfère à la mesure de l'avis favorable ou

défavorable du comportement en question (Ajzen, 1991). En général, l'individu forme des croyances sur un objet en l'associant à un attribut et chaque croyance relie le comportement à un certain résultat (Ajzen, 1991). De cette manière, l'individu favorise les comportements dont les conséquences sont souhaitables et forme des attitudes défavorables envers le comportement associé aux conséquences indésirables (Ajzen, 1991). En d'autres mots, si les résultats sont favorables, l'individu aura une forte intention d'agir et si les résultats sont défavorables, l'individu aura une faible intention d'agir (Morianio et al., 2012). Dans le contexte de l'entrepreneuriat, l'intention d'agir consiste en l'intention d'entreprendre.

Les attitudes sont l'expression des croyances profondes de chaque individu (Ajzen, 1991). Elles découlent de ses motivations et de ses valeurs. Les attitudes reflètent non seulement le côté affectif (exemple: j'aime, il est intéressant), mais aussi des considérations d'évaluation (exemple: il a des avantages) (Liñán et Chen, 2009). L'attitude d'un individu est donc le reflet de ses convictions et opinions sur un comportement donné (Wu et Wu, 2008).

2.2.2.2 Les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale

Les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale concernent l'avis des personnes entourant l'individu quant à sa capacité à exécuter le comportement et l'importance qu'il accorde à l'opinion de ces dernières. Elle a deux composantes : les croyances normatives et la motivation à se conformer à ces croyances (Ajzen, 1991). La première se réfère à la probabilité que les personnes importantes pour soi approuvent ou désapprouvent un comportement donné (la carrière entrepreneuriale). La deuxième, qui est la motivation de se conformer, concerne la volonté de la personne à se modeler aux attentes des personnes importantes pour lui. Ainsi, Shook et Bratianu (2010) soutiennent

que, dans la mesure où un individu a une forte motivation de se conformer aux attentes de ses proches, il est moins probable que cette personne ait l'intention d'effectuer un comportement si ses proches le désapprouvent, alors que Bouchard Jr. et McGue (1990) soutiennent que les relations parent-enfant et des environnements communs de la famille ont des effets mineurs en tant que facteurs pouvant influencer la personnalité de l'individu. Ainsi, cet élément peut avoir un pouvoir explicatif plus ou moins grand dépendamment des contextes et des situations (Ajzen, 1991).

2.2.2.3 Le contrôle comportemental perçu et l'auto-efficacité de Bandura

Le contrôle comportemental perçu peut être défini comme la perception de l'individu de sa capacité à devenir un entrepreneur. Il joue un rôle important dans l'intention et l'action entrepreneuriale. Ainsi, plus la personne se sent capable d'effectuer le comportement, plus elle sera confiante et plus forte sera son intention d'entreprendre (Shook et Bratianu, 2010).

Le contrôle comportemental perçu inclut non seulement les éléments liés sous contrôle de l'individu, mais aussi tout événement qui peut survenir et qui, hors de son contrôle, pourrait agir sur sa capacité à exécuter le comportement (Ajzen, 1991). Par exemple, l'individu pourrait penser être capable de démarrer une entreprise, mais ne pas avoir d'argent pour le faire ou avoir une situation de vie qui l'en empêche.

Le concept de contrôle comportemental perçu est étroitement lié à la notion d'auto-efficacité (Bandura, 1977). Cette dernière notion correspond au degré de croyance de la personne quant à ses capacités à accomplir certaines tâches. Les deux concepts portent sur la perception de l'individu sur sa capacité à adopter un comportement. Cependant,

Bandura (1977) présente l'auto-efficacité à travers un développement qui est acquis progressivement et qui passe par quatre principales sources d'information : l'expérience de maîtrise (expérience vécue par l'individu), la modélisation (apprentissage par observation), la persuasion sociale et l'état physiologique. Chacune permet de développer et renforcer les croyances d'auto-efficacité des individus. Il reste que le meilleur moyen pour développer son auto-efficacité est la maîtrise par l'expérience (Boyd et Vozikis, 1994). L'expérience acquise est un élément important pour le développement des croyances de l'individu en ses capacités, car les croyances d'efficacité quant à la probabilité de succès ou l'échec peuvent influencer le développement des intentions entrepreneuriales (Boyd et Vozikis, 1994). Autrement dit, les individus qui ont une auto-efficacité élevée risquent de manifester un intérêt pour une carrière entrepreneuriale. Ils sont donc plus susceptibles de poursuivre et persister dans cette carrière, car ils prévoient obtenir de bons résultats à la fin. Inversement, les personnes qui possèdent une faible auto-efficacité pour cette tâche ne sont généralement pas intéressées par la carrière entrepreneuriale et perçoivent donc des résultats négatifs à la fin (Lent, Brown, et Hackett, 2002; McGee, Peterson, Mueller, et Sequeira, 2009). Dans ce sens, Zhao, Seibert, et Lumpkin (2010) concluent, lors de leur étude portant sur le rôle médiateur de l'auto-efficacité dans le développement des intentions entrepreneuriales, que les résultats obtenus fournissent la preuve que les individus qui choisissent ou qui ont l'intention de devenir entrepreneur ont la conviction de pouvoir réussir dans ce rôle, c'est-à-dire qu'ils ont une auto-efficacité élevée.

Les chercheurs distinguent deux types d'auto-efficacité : l'auto-efficacité spécifique et l'auto-efficacité générale (Bandura, 1997). Cette dernière se réfère à la perception de la capacité de l'individu à exécuter avec succès une variété de tâches à travers différentes situations (McGee et al., 2009). L'auto-efficacité générale est mesurée à partir d'un ensemble diversifié de rôles et de compétences. C'est une approche plus globale, alors que l'auto-efficacité spécifique est mesurée à partir d'une

liste d'activités. D'après Bandura (1997), l'auto-efficacité spécifique est meilleure. Cette liste a été élaborée par les auteurs McGee et al. (2009), qu'ils ont divisée en quatre phases :

- La phase recherche (recherche d'opportunité) est la phase durant laquelle l'entrepreneur recherche une idée unique.
- La phase de planification est la période durant laquelle l'entrepreneur transforme son idée en un plan d'affaires viable.
- La phase de *Marshaling* est la phase durant laquelle l'entrepreneur rassemble les ressources humaines et financières pour mener à l'existence de l'entreprise.
- La phase finale est la mise en œuvre. L'entrepreneur est responsable du maintien et de la croissance de son entreprise. Cette phase implique des compétences de gestion.

2.2.3 Le choix de la théorie

Le modèle d'Ajzen (1991) propose une approche cohérente qui nous permet de comprendre et de prédire l'intention d'entreprendre en tenant compte de la culture et du milieu social tout en expliquant comment ces derniers influent sur le comportement humain (Liñán et al., 2011; Moriano et al., 2012). La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) a été développée et validée en psychologie sociale, tandis que le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) a été proposé et testé uniquement dans le domaine de l'entrepreneuriat. Certains auteurs (Krueger et al., 2000) considèrent ces deux modèles comme étant des concurrents, mais ils présentent plusieurs similitudes. Par exemple, le fait que les deux modèles d'intentions sont expliqués par la volonté et la capacité (Marco van et al., 2008). Les concepts d'attitude et de normes

subjectives se rapprochent beaucoup du concept de perception de désirabilité, tandis que le contrôle comportemental perçu est à rapprocher du concept de faisabilité (Boissin, Chollet, et Emin, 2009).

La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) a été utilisée par plusieurs chercheurs au fil des ans, par exemple (Audet, 2004; Engle et al., 2010; Gird et Bagraim, 2008; Krueger, 1993; Krueger et al., 2000; Moriano et al., 2012; Tkachev et Kolvereid, 1999; Tounés, 2006). Nous allons présenter les résultats de quelques-unes de ces études dans les lignes qui suivent.

Engle et al. (2010) ont utilisé la théorie du comportement planifié d'Ajzen pour tester sa capacité à prédire l'intention d'entreprendre dans 12 pays. Tous les pays ont eu deux des trois composantes de la théorie qui étaient significatives à l'exception d'un pays (Costa Rica) qui n'a eu qu'une seule composante significative (les normes sociales), mais aucun des pays n'avait une significativité des trois composantes du modèle d'Ajzen. La contribution du modèle d'Ajzen différait d'un pays à l'autre ainsi que son pouvoir explicatif dans la variation de l'intention entrepreneuriale, qui allait de 9% (Égypte) à 42% (aux États-Unis). Ces résultats soutiennent ce qu'a affirmé Ajzen (1991) : dépendamment des contextes, l'intention peut être expliquée uniquement par les attitudes, les normes subjectives ou le contrôle comportemental perçu ou encore la combinaison de deux ou trois des composantes.

Toujours avec des étudiants de commerce, mais cette fois dans deux universités de Western Cape (Afrique du Sud), la même théorie a été utilisée par Gird et Bagraim (2008). Il s'est avéré qu'elle explique 27% de la variance dans les intentions

entrepreneuriales des étudiants et, de tous les autres prédicateurs de l'IE examinés dans cette étude, l'attitude envers le comportement a le plus grand pouvoir explicatif.

Moriano, et al. (2012) ont utilisé la même théorie pour prédire les intentions de carrière entrepreneuriale à travers les cultures. L'étude compare six pays différents, dont l'Allemagne, l'Inde, l'Iran, la Pologne, l'Espagne, et les Pays-Bas. En s'appuyant sur un échantillon composé d'étudiants, les résultats suggèrent que les attitudes et le contrôle comportemental perçu sont significatifs quelle que soit la culture, alors que l'effet des normes sociales varie en fonction de la culture. Le tableau 1 qui suit récapitule l'apport de la théorie du comportement planifié dans quelques études.

Tableau 1: Tableau récapitulatif de l'apport de la TCP dans quelques études

<u>Référence</u>	<u>Résultats</u>
Engle, et al. (2010)	La contribution du modèle d'Ajzen diffère d'un pays à l'autre ainsi que son pouvoir explicatif de l'intention qui allait de 9% (Égypte) à 42% (aux États-Unis). Dans aucun des pays, toutes les trois composantes du modèle d'Ajzen étaient significatives, mais tous avaient au moins un élément significatif.
Gird et Bagraim (2008)	La TCP explique 27% des variances dans les intentions entrepreneuriales des étudiants. De tous les autres prédicateurs de l'IE, l'attitude envers le comportement a le plus grand pouvoir explicatif.
Moriano et al. (2012)	Les résultats suggèrent que les attitudes et le contrôle comportemental perçu sont significatifs quelle que soit la culture, alors que l'effet des normes sociales varie en fonction de la culture.

Basé sur le succès du modèle d'Ajzen, nous avons choisi cette théorie pour l'utiliser dans le cadre de cette étude. Une récente étude des chercheurs Schlaegel et Koenig (2014) démontre la pertinence de combiner les différents modèles pour obtenir une vision plus complète de la réalité. Les chercheurs ont testé le pouvoir explicatif des modèles suivant : la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) d'abord individuellement, puis dans un modèle qui intègre les deux. Les résultats montrent que la théorie du comportement planifié ($R^2=0,28$) a un plus grand pouvoir explicatif que le modèle de l'événement entrepreneurial ($R^2=0,21$). Par contre, c'est le modèle intégré qui offre une meilleure capacité de prédiction ($R^2=0,31$) par rapport aux deux modèles testés précédemment. Ce résultat suggère que les modèles intégrés fournissent un pouvoir explicatif plus grand. C'est dans cet esprit que nous avons choisi un modèle intégré que nous allons présenter dans les lignes qui suivent.

Comme nous l'avons présenté précédemment, la dernière variable du modèle d'Ajzen, le contrôle comportemental perçu, est étroitement liée à la notion d'auto-efficacité de(Bandura, 1997). Cette variable correspond au degré de croyance de la personne quant à ses capacités à accomplir certaines tâches, mais il reste plus limité que le contrôle comportemental perçu, car ce dernier inclut tout événement qui est hors contrôle de l'individu. Néanmoins, les deux concepts portent sur la perception de l'individu sur sa capacité à adopter un comportement. Selon les conclusions de la méta-analyse d'Armitage et Conner (2001), l'auto-efficacité est même plus clairement définie et plus fortement corrélée avec les intentions que le contrôle comportement perçu. Comme l'ont fait plusieurs autres chercheurs dans leurs études (Kolvereid et Isaksen, 2006; Krueger et al., 2000; Moriano et al., 2012; Van Gelderen et al., 2008), nous allons également remplacer le contrôle comportemental perçu par l'auto-efficacité dans la présente étude.

Dans cette section portant sur l'intention d'entreprendre, nous avons identifié deux modèles qui expliquent l'intention : le modèle de l'événement entrepreneurial et la théorie du comportement. Après les avoir présentés, nous avons choisi la théorie du comportement planifié dans le cadre de cette étude. Par contre, nous avons opté pour un modèle intégré à cause de l'importance de combiner plusieurs modèles comme l'ont suggéré les chercheurs Schlaegel et Koenig (2014). La section suivante est donc dédiée à la présentation de notre cadre conceptuel.

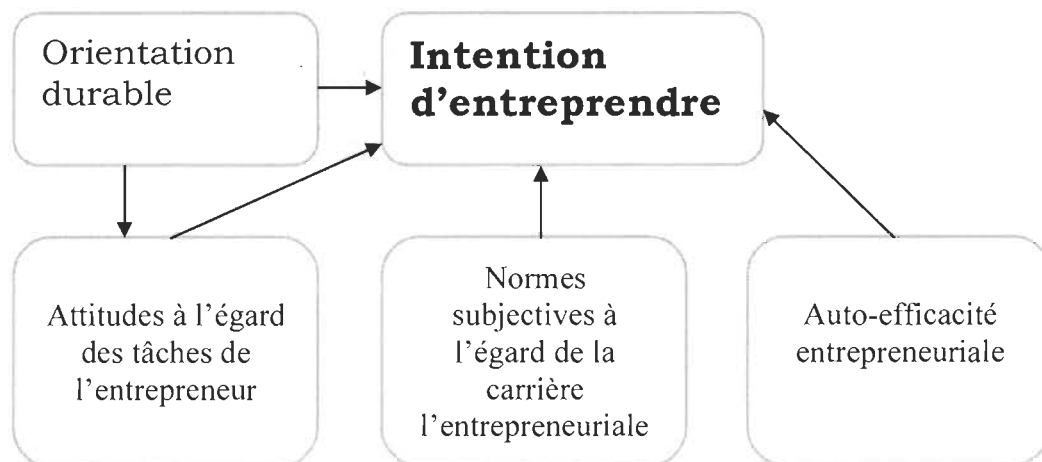
2.3 LE CADRE CONCEPTUEL

2.3.1 Le modèle de recherche

L'objectif de cette sous-section est de présenter notre modèle de recherche. Ce dernier est un modèle intégré qui s'inspire de la théorie du comportement d'Ajzen (1991). Comme nous l'avons déjà expliqué, cette théorie comporte trois composantes qui permettent de mesurer le degré d'intention d'un individu. Par contre, dans cette étude, nous allons remplacer la troisième variable, le contrôle comportemental perçu, par la notion d'auto-efficacité de (Bandura, 1997) qui est mieux définie et plus fortement corrélée avec les intentions que le contrôle comportement perçu (Armitage et Conner, 2001). Nous y avons également ajouté une quatrième variable : l'OD, le but étant de vérifier si cette dernière a une quelconque relation avec l'IE.

Comme mentionné dans la première partie du chapitre 2, nous pensons qu'une personne ayant une OD pourrait développer une IE. En effet, les personnes ayant une OD ont des connaissances préalables des problèmes environnementaux et sociaux qui les placent en meilleure position pour identifier des opportunités pouvant résoudre ces problèmes (Belz et Binder, 2013). Cependant, il faut que ces individus soient désireux d'agir, c'est-à-dire qu'ils doivent vouloir entreprendre. Dans ce cas, l'OD elle seule ne suffit pas pour expliquer l'IE, mais nous pensons qu'elle peut être une variable explicative supplémentaire dans le modèle de recherche. Ainsi, à la lumière de tout ce qui a été présenté précédemment, nous pouvons élaborer le modèle de recherche dans la figure 5 qui suit.

Figure 5: Modèle de recherche



2.3.2 Les questions spécifiques de recherche

La revue de littérature précédemment présentée nous a permis de constater que très peu d'études ont été effectuées sur le sujet de recherche. De plus, la seule étude relevée dans la littérature, soit celle de Kuckertz et Wagner (2010), portant sur le lien entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre présente certaines lacunes, dont l'absence de cadre conceptuel. Pour vérifier la relation entre l'OD et l'IE, les chercheurs ont mesuré l'OD, les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur, la capacité de l'individu à innover et à reconnaître les opportunités et les facteurs de soutien et d'obstacles à l'entrepreneuriat selon la perception des participants. Les trois derniers prédisent l'IE. Selon la littérature portant sur l'intention, nous pouvons dire que l'usage de ces trois éléments cités plus haut pour prédire l'intention d'entreprendre n'est pas recommandé. Nous avons alors essayé de résoudre ces lacunes avec un modèle intégré qui se base sur la littérature sur le sujet et un cadre conceptuel clairement défini. Par conséquent, la présente étude est la première à utiliser un modèle intégré pour déterminer la relation possible entre l'OD et l'IE. Partant de ce constat, nous pouvons en déduire la question spécifique de recherche suivante :

Existe-t-il une relation positive entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre?

Pour répondre à cette question, dans un premier temps, nous allons analyser la relation existante entre chaque variable du modèle. Dans un second temps, nous verrons la contribution qu'apporte chaque variable dans l'explication de l'intention d'entreprendre.

2.3.3 Les hypothèses de recherche

Dans le but de vérifier le lien possible entre l'OD et l'IE, certaines hypothèses doivent être émises. Rappelons que les différentes hypothèses que nous posons dans le cadre de cette recherche visent à souligner un éventuel lien entre les variables présentées dans le modèle de recherche.

Tout comme la première variable du modèle d'Ajzen, l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur, nous avons défini l'OD comme étant également une attitude, car elle découle des motivations et des valeurs de chaque individu. Par conséquent, elle reflète les convictions et opinions de l'individu sur un comportement donné (le comportement pro-environnemental et pro-social). Dans ce cas, un individu qui a une attitude favorable envers le DD pourrait avoir une OD. Dans le même sens, un individu qui a une attitude favorable envers l'entrepreneuriat pourrait avoir une IE. C'est dans cette optique que nous posons notre première hypothèse. Nous pensons que l'OD pourrait être lié à l'IE, mais pas directement uniquement. Elle pourrait aussi l'être par l'intermédiaire de la variable attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur. D'après tout ce que nous avons présenté précédemment, nous pouvons formuler les différentes hypothèses dans le tableau 2 qui suit.

Tableau 2: Hypothèses de recherche
H1: Les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur agissent comme médiateur de la relation entre l'orientation durable et l'intention entrepreneuriale.

H2 : Il existe une relation positive entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre.

H3 : Il existe une relation positive entre les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur et l'intention d'entreprendre.

H4 : Il existe une relation positive entre les normes subjectives à l'égard de la carrière l'entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre.

H5 : Il existe une relation positive entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre.

Les hypothèses présentées concluent donc ce chapitre qui porte sur la revue de littérature. Le chapitre 3 qui suit est dédié à la présentation de la méthodologie de recherche utilisée qui guidera cette recherche.

CHAPITRE 3 : LA MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre présente la méthodologie de recherche visée pour tester les hypothèses retenues. Pour ce faire, nous allons présenter successivement la stratégie de recherche, la population visée, la méthode de collecte de données, la description de l'échantillonnage, l'instrument de mesure, la méthode d'analyse ainsi que le respect de l'aspect éthique dans cette étude.

3.1. LA STRATÉGIE DE RECHERCHE

Cette recherche a pour but principal de vérifier l'existence d'une relation positive entre l'OD et l'IE. La recherche de type quantitative est donc appropriée pour ce genre d'analyse, car elle permet « d'établir des faits, de mettre en évidence des relations entre les variables (...), de vérifier des théories ou des prépositions théoriques » (Fortin et Gagnon, 2010, p. 29).

Nous privilégions un raisonnement de type déductif de la méthode scientifique, car la recherche quantitative met l'accent sur ce dernier. Il permet de vérifier empiriquement les hypothèses pour déterminer ainsi si elles confirment ou infirment les prépositions théoriques (Fortin et Gagnon, 2010, p. 27).

Il s'agit aussi d'une recherche de type corrélationnel, puisqu'il s'agit d'étudier la relation existante entre la variable indépendante (l'orientation durable) et la variable dépendante (l'intention d'entreprendre). À cette fin, nous devrions mesurer « les

concepts et utiliser des analyses statistiques de corrélation pour déterminer l'existence de ces relations » (Fortin et Gagnon, 2010, p. 33).

3.2 LA POPULATION VISÉE

Une population visée peut être définie comme étant « l'ensemble des personnes qui satisfont aux critères de sélection définis d'avance et qui permettent de faire des généralisations » (Fortin et Gagnon, 2010, p. 225).

L'un des objectifs majeurs de cette étude est de mesurer l'intention entrepreneuriale et cela est une tâche très difficile. Dès lors, les étudiants universitaires apparaissent comme une cible privilégiée, mais leur usage en tant qu'échantillon a été critiqué par certains chercheurs. Il semble en effet que les échantillons d'élèves sont souvent utilisés parce que les chercheurs ont un accès facile à ce vaste bassin de répondants (McGee et al., 2009), mais d'autres soutiennent que les étudiants sont des candidats fiables pour des études portant sur l'entrepreneuriat (Fitzsimmons et Douglas, 2011).

Aux fins de cette recherche, nous avons donc choisi un échantillon composé d'étudiants, car ces derniers sont à un point d'inflexion. Les étudiants universitaires seront confrontés à un choix de carrière à court terme. Ce choix étant celui de devenir entrepreneur ou un employé et le tout se joue au niveau de l'intensité de leur intention d'entreprendre. Ainsi, un étudiant démontrant une intention d'entreprendre peut être considéré comme un entrepreneur potentiel.

Il importe de préciser que nous allons travailler sur une base de données existante dont les répondants sont des étudiants universitaires provenant de plusieurs universités québécoises qui sont présentées dans le tableau 3 suivant :

Tableau 3: Liste des universités participants à l'étude

Université du Québec à Trois-Rivières	
Université du Québec en Outaouais	
Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue	
Université du Québec à Rimouski	
Université de Sherbrooke	
Université Laval	
TÉLUQ- UQAM	
HEC Montréal	
École de Technologie Supérieure	É.T.S
École Polytechnique de Montréal	

3.3 LA COLLECTE DE DONNÉES

Pour la réalisation de cette étude, nous aurons recours à une base de données existante compilée par le professeur Étienne St-Jean. Les données ont été collectées dans le cadre d'une étude longitudinale en trois phases menées sur 1 ans, la collecte initiale, une deuxième collecte six mois après et une troisième un an après. Certaines questions ont été posées uniquement à la phase initiale, telles que l'âge et les normes subjectives à

l'égard de la carrière entrepreneuriale (opinions des parents et des proches au sujet de l'entrepreneuriat et l'importance qu'on y accorde). Tandis que d'autres variables telles que la mesure de l'OD ont été ajoutées au suivi d'un (1) an (3^{ème} collecte), ce qui fait que nous utiliserons des données provenant de la 1^{ère} et 3^{ème} collecte. Notons cependant que cela n'invalide pas nos résultats, car il n'y a que peu de temps (un an) s'étant écoulé entre ces collectes et donc peu de chances que les répondants aient changé d'avis entre-temps.

Dans la recherche quantitative, il existe plusieurs méthodes de collecte de données qui ont toutes pour but de mesurer les variables de façon claire et précise (Fortin et Gagnon, 2010, p. 432). Dans le cadre de cette étude, c'est un questionnaire en ligne qui a été utilisé. Selon Fortin et Gagnon (2010) de nombreux chercheurs privilégient cette méthode de collecte de données, car elle a pour but « de recueillir de l'information factuelle sur des événements ou des situations connues, des attitudes, des croyances, des connaissances, des impressions et des opinions » (Fortin et Gagnon, 2010, p. 433). Les étudiants ont donc été invités à répondre à un questionnaire en ligne hébergé par le site web d'enquête de SurveyMonkey à l'adresse suivante : www.surveymonkey.com. Les étudiants ont été rejoints sur les intranets des universités et dans les journaux institutionnels pour le recrutement. Tous étaient libres de répondre.

L'usage d'un questionnaire en ligne présente certains avantages: il est rapide et abordable. Le questionnaire permet aussi de garantir l'anonymat des participants, ce qui les rassure et les incite à une plus grande franchise. Bien que le questionnaire en ligne comporte plusieurs avantages, il comporte aussi des inconvénients. Le principal inconvénient étant l'absence du chercheur auprès du répondant dans le cas où ce dernier aurait besoin d'éclaircissements sur certaines questions (Fortin et Gagnon, 2010, p. 438).

3.4 LA DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLONNAGE

La méthode d'échantillonnage retenue est non probabiliste, ce qui permet d'obtenir un échantillon qui n'est pas forcément représentatif de la population totale étudiée. Il existe plusieurs techniques pour ce type d'échantillonnage. Dans le cadre de cette étude, nous avons privilégié l'échantillonnage de volontaires, ce qui permet de choisir les répondants qui sont intéressés à participer à une enquête et qui augmente la probabilité qu'ils demeurent participants aux phases de suivi (Fortin et Gagnon, 2010, p. 235). L'échantillon total lors de la 1^{ère} collecte est de 1855 répondants.

Cette étude a été menée auprès d'étudiants universitaires, et nous avons retenu uniquement ceux provenant des universités québécoises. Cela permet de réduire les biais quant aux différences culturelles qui peuvent exister. Étant donné que cette étude vise l'intention d'entreprendre, pour ne pas biaiser nos résultats, nous avons donc également exclu de l'étude les participants ayant eu une entreprise par le passé (6,9% de l'échantillon), ceux qui en possède une actuellement (10,9% de l'échantillon) et ceux en processus de démarrage (16,2% de l'échantillon).

L'âge moyen de nos 1855 participants à l'étude était de 24,7 ans. Les participants du premier cycle représentent 59,7%, 31,1% sont au deuxième cycle et 9,2% au troisième cycle. On remarque aussi que 39,5% d'entre eux étaient de sexe masculin et 60,5% de sexe féminin. L'explication réside sur le fait qu'il y avait plus d'hommes que de femmes qui passent à l'action et, de ce fait, ils ont été exclus de l'étude, car ils sont soit en processus de démarrage, soit déjà impliqués dans une activité entrepreneuriale. D'ailleurs, selon le rapport de la Fondation de l'entrepreneurship, 8,8% des

entrepreneurs établis sont de sexe masculin et seulement 3,2% sont du sexe opposé (Riverin, Proulx, Pota, et Fondation de l'entrepreneurship, 2010, p. 18). Une autre explication très simple pourrait être tout bonnement que le sujet intéresse plus les femmes ou qu'elles consultent plus les sites internet de l'université.

3.5 L'INSTRUMENT DE MESURE ET SA PERTINENCE

Cette section présente les différentes mesures utilisées pour la variable dépendante, les variables indépendantes et les variables de contrôle ainsi que leur pertinence. Autrement dit, nous allons déterminer si les outils de mesure utilisés pour collecter les données sont pertinents et nous permettent ainsi d'appréhender le phénomène étudié. Dès lors, il importe d'effectuer des tests de validité et de fidélité.

La validité de l'instrument de mesure peut être définie comme étant la « capacité d'un instrument à mesurer ce qu'il doit mesurer » (Fortin et Gagnon, 2010, p. 411). Il existe différentes approches pour déterminer le degré de validité d'un instrument de mesure (la validité de contenu, la validité de construit, etc.); néanmoins, dans la présente étude, nous allons effectuer des analyses factorielles, car elle nous permettra de vérifier l'unidimensionnalité de chaque mesure. La méthode d'extraction utilisée est l'analyse en composante principale. Celle-ci permet de maximiser la variance expliquée par les facteurs, tandis que la méthode de rotation est Varimax avec normalisation de Kaiser. C'est la méthode la plus utilisée puisqu'elle minimise la corrélation entre les facteurs trouvés. Cette dernière « indique que chaque facteur apporte une information unique, non partagée par un autre facteur » (Durand, 2003, p. 7).

La fidélité de l'instrument de mesure permet de déterminer la consistance dans la mesure, c'est-à-dire « à quel point plusieurs mesures prises avec le même instrument donneront les mêmes résultats dans les mêmes circonstances » (Durand, 2003, p. 18). Autrement dit, elle nous permet de déterminer si l'instrument de mesure nous permet d'obtenir des résultats constants, donc s'il réduit les erreurs liées au hasard. Pour la mesurer, nous avons utilisé le coefficient de l'alpha de Cronbach. Ce dernier permet de mesurer la cohérence interne des échelles de mesure. En général, pour que le résultat du test de l'alpha de Cronbach soit jugé comme étant acceptable, il doit être supérieur à 0,70 (Tabachnick et Fidell, 2001).

3.5.1 La variable dépendante

L'intention d'entreprendre représente notre variable dépendante. Pour mesurer cette variable, nous avons eu recours à la mesure développée par Thompson (2009) et ajouté une question sur l'intention d'entreprendre. Notons que pour cette variable dépendante, certaines questions ont été formulées de façon positive (items 2, 5 et 6), alors que d'autres, de façon négative (items 1, 3 et 4). Afin d'éviter un biais lors de l'analyse, nous avons inversé l'échelle des questions posées négativement. De plus, pour la dernière question, qui a une échelle allant de 1 à 5, nous avons transformé l'échelle ainsi : 1=1; 2=2.5; 3=4; 4=5.5; et 5=7. Cela permet de garder la proportionnalité, mais d'ajuster afin d'obtenir toutes des échelles allant de 1 à 7. Le tableau 4 représente les items utilisés:

Tableau 4: Mesure de l'intention d'entreprendre

Variable	Items	Échelle
Intention d'entreprendre	<p><u>Les affirmations :</u></p> <p>-Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise</p> <p>-J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise</p> <p>-Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise</p> <p>-Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise</p> <p>-Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise</p>	<p>Les répondants devaient indiquer sur une échelle de 1 à 7, allant de « 1-Très en désaccord » à « 7-Très en accord », dans quelle mesure ces affirmations s'appliquent à leur situation.</p>
	<p><u>La question:</u></p> <p>-Avez-vous l'intention de démarrer une nouvelle entreprise dans le futur?</p>	<p>Les répondants devaient indiquer sur une échelle de 1 à 5, allant de « 1-pas du tout » à « 5-Énormément », leur degré d'accord avec les questions posées.</p>

Suite à l'analyse factorielle effectuée, il ressort que l'intention entrepreneuriale composée de 6 items (composantes) peut être regroupée en un seul facteur (composante principale) pouvant expliquer 57,09% de la variance totale. Tandis que le résultat du test de l'alpha de Cronbach est de 0,849.

3.5.2 Les variables indépendantes

3.5.2.1 Les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur

Les attitudes ont été mesurées par plusieurs chercheurs, et ce, de différentes façons. Fitzsimmons et Douglas (2011), par exemple, ont mesuré les attitudes par des attributs de carrière, comme le niveau de revenu, la propension à la prise de risque, l'effort de travail, l'indépendance et la propriété de l'entreprise. Dans une autre étude, Engle et al. (2010) mesurent l'attitude envers le comportement par la motivation à la réussite, l'autonomie, et la richesse personnelle. Moriano et al. (2012), quant à eux, ont évalué l'attitude en la scindant en deux : l'attitude envers l'esprit d'entreprise et l'attitude envers l'entrepreneuriat, mais en utilisant les mêmes questions dans les deux parties. Les questions portaient entre autres sur le défi, la créativité et l'innovation, la richesse personnelle, la prise de risques et l'indépendance. Étant donné les multitudes de façons dont ont été mesurées les attitudes, nous allons utiliser une mesure de l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur que nous avons développée. Cette dernière s'inspire du modèle de McGee et al. (2009). L'idée qui sous-tend cette mesure est que l'individu qui a une attitude favorable envers les tâches d'un entrepreneur démontre un intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat. « Si l'on applique au domaine entrepreneurial les propos d'Ajzen (1991), l'attitude envers la création d'une entreprise d'un étudiant reposerait sur ses valeurs professionnelles (*i.e.* les caractéristiques professionnelles qu'il valorise) et sa vision de l'entrepreneuriat (*i.e.* les besoins qu'il juge satisfaits par l'acte entrepreneurial)» (Boissin et al, 2008). Dans ce cas, un individu qui valorise ou qui aime les tâches d'un entrepreneur aurait une attitude favorable envers celles-ci. Le tableau 5 présente ladite mesure et ses différents items.

Tableau 5: Mesure de l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur

Dans quelle mesure possédez-vous des intérêts à l'égard des activités suivantes :

Variable	Items	Échelle
Attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur	<ul style="list-style-type: none">-Identifier des nouveaux produits/services pour répondre à un besoin.-Planifier le développement et la mise en marché de nouveaux produits/services.-Expliquer et convaincre les autres de sa vision ou de son projet d'affaires.-Recruter, former, gérer et diriger des employés.-Gérer, organiser et interpréter des états financiers.	Les répondants devaient indiquer sur une échelle de 1 à 5, allant de « 1-pas du tout » à « 5-Énormément », leur degré d'accord avec les affirmations posées.

La variable indépendante l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur comporte 5 items. L'analyse en composante principale menée permet d'expliquer 54, 71% de la variance totale. Le résultat du test de l'alpha de Cronbach quant à lui est de 0,961.

3.5.2.2 Les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale

Kolvereid et Isaksen (2006) ont développé une mesure des normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale. Elle est composée de deux volets. Le premier fait référence aux six groupes d'individus les plus proches de la personne, à savoir : les

parents, le conjoint, les frères et sœurs, la famille, les amis proches et les connaissances. Pour ce premier volet, on questionne la personne sur l'opinion de ces personnes sur son choix pour la carrière d'entrepreneur et le deuxième volet consiste à interroger la personne sur l'importance qu'il accorde à l'opinion de chacun de ces groupes concernant son choix de carrière. Le tableau 6 suivant présente les différents items et l'échelle de mesure.

Tableau 6: Mesure des normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale

Variable	Items	Échelle
Les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale	<p>1. Indiquez les opinions des personnes suivantes à propos de votre choix pour la carrière d'entrepreneur (être à son propre compte) pour vous. Veuillez indiquer « Non applicable » si vous n'avez pas une relation particulière (p.ex. époux/partenaire de vie).</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mes parents -Mon époux/ Partenaire de vie -Mes frères et sœurs -Ma famille -Mes amis proches <p>2. Indiquez l'importance que vous accordez à l'opinion des personnes suivantes dans votre choix de statut d'emploi :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mes parents -Mon époux/ Partenaire de vie -Mes frères et sœurs -Ma famille -Mes amis proches 	<p>1. Les répondants devaient indiquer sur une échelle de 0 à 7, allant de « 0-Ne s'applique pas/Ne sait pas» à « 7- Extrêmement positive», dans quelle mesure ces affirmations s'appliquent à leur situation.</p> <p>2. Les répondants devaient indiquer sur une échelle de 0 à 7, allant de « 0-Ne s'applique pas/Ne sait pas» à « 7- Extrêmement important», dans quelle mesure ces affirmations s'appliquent à leur situation.</p>

Pour effectuer nos analyses de validité et de fiabilité, nous avons transformé l'échelle de la 2ème dimension (l'importance accordée à l'opinion) afin qu'elle soit centrée (de -3 à +3, plutôt que de 1 à 7), et multiplié les deux dimensions pour donner une variable variant de -21 à +21. C'est sur ces 6 nouveaux items que nous avons calculé la validité et la fidélité. Il ressort du test de validité que la seule composante principale qui ressort de l'analyse explique 54,54% de la variance totale. Tandis que le résultat du test de l'alpha de Cronbach est de 0,801.

3.5.2.3 L'auto-efficacité entrepreneuriale

Pour mesurer l'auto-efficacité entrepreneuriale, nous avons choisi utiliser les cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale (AEE) développées par les chercheurs McGee et al. (2009), à savoir : la reconnaissance d'opportunités, la planification, la définition de la finalité principale de l'entreprise, les compétences humaines et conceptuelles et les compétences financières. Le tableau 7 suivant présente les différents items ainsi que l'échelle utilisée pour collecter les réponses des participants.

Tableau 7: Mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale

Variable	Items	Échelle
Reconnaissance d'opportunités	<p>Quel est votre niveau de confiance en votre habileté à ?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même -Faire un brainstorm avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service -Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service -Concevoir un produit ou service qui satisfera aux besoins et désirs des clients 	<p>Le répondant devrait indiquer son niveau de confiance à effectuer les tâches suivantes sur une échelle de 0 à 100% par tranche de 10%.</p>
Planification	<ul style="list-style-type: none"> -Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service -Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service -Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise -Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service 	
Définition de la finalité principale de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> -Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise -Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres) -Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours 	

Compétences humaines et « conceptuelles »	<ul style="list-style-type: none"> -Superviser des employés -Recruter et embaucher des employés -Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise -Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours -Inspirer, encourager et motiver mes employés -Former mes employés 	
Compétences financières	<ul style="list-style-type: none"> -Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise -Gérer les actifs financiers de mon entreprise -Lire et interpréter les états financiers 	

L'auto-efficacité entrepreneuriale comporte 5 sous-composantes dont chacune est composée de plusieurs items. Par ailleurs, l'analyse en composante principale menée successivement sur : la reconnaissance d'opportunité, comportant 4 items, la planification, comportant aussi 4 items, la définition de la finalité de l'entreprise, comportant 3 items, les compétences humaines et conceptuelles, comportant 6 items et les compétences financières, comportant 3 items, contribue à expliquer respectivement 69,64%, 62,79%, 69,42%, 66,37% et 90,94% de la variance totale. Pour le calcul de l'alpha de Cronbach, nous avons également 5 résultats représentant les 5 sous-composantes. Pour la reconnaissance d'opportunité, on constate un alpha de Cronbach de 0,854, pour la planification, un alpha de Cronbach de 0,794, pour la définition de la finalité de l'entreprise, un alpha de Cronbach de 0,778, pour les compétences humaines

et conceptuelles, un alpha de Cronbach de 0,898 et, enfin, pour les compétences financières, les résultats indiquent un alpha de Cronbach de 0,950.

3.5.2.4 L'orientation durable

Comme mentionné déjà dans le cadre de cette étude, l'orientation durable est aussi une variable indépendante que nous avons intégrée pour déterminer si cette variable a une influence sur l'intention d'entreprendre. Pour mesurer cette dernière, nous allons utiliser la mesure développée par Kuckertz et Wagner (2010). Le tableau 8 qui suit représente les différents items ainsi que l'échelle utilisée pour mesurer l'orientation durable.

Tableau 8: Mesure de l'orientation durable

Variable	Items	Échelle
L'orientation durable	<ul style="list-style-type: none"> -Les entreprises nationales devraient avoir un rôle leader au niveau international dans la protection de l'environnement. -Les entreprises orientées vers l'environnement ont des avantages dans le recrutement et la rétention des employés qualifiés. -La performance environnementale d'une entreprise sera considérée de plus en plus par les institutions financières. -La responsabilité sociale des entreprises devrait être à la fondation de chaque entreprise. -Je crois que les entrepreneurs et les entreprises doivent prendre en charge de plus grandes responsabilités sociales. -Je crois que les problèmes environnementaux sont l'un des plus grands défis de notre société. 	<p>Les répondants devaient indiquer sur une échelle de 1 à 7, allant de « 1-Très en désaccord » à « 7-Très en accord », dans quelle mesure ces affirmations s'appliquent à leur situation.</p>

La dernière analyse factorielle effectuée porte sur la variable indépendante, l'orientation durable. Cette dernière comporte 6 items (composantes). Elle peut être regroupée en un seul facteur (composante principale) pouvant expliquer 49,73% de la variance totale. Un tel résultat n'est pas parfait, mais il est tout de même acceptable. Tandis que le résultat du test de l'alpha de Cronbach est de 0,786.

Le tableau 9 ci-dessous résume les analyses de fidélité et de validité effectuées.

Tableau 9: Résumé des analyses de fidélité et de validité

Variables	Nombres d'items	% de la variance expliquée	Calcul de l'alpha de Cronbach	Décision
Intention d'entreprendre	6 dont 3 ont été inversés	57,09%	0,849	Validé
Attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur	5	54,71%	0,785	Validé
Normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale	6	54,54%	0,801	Validé
ESE				
-Reconnaissance d'opportunité	4	69,64%	0,854	Validé
-Planification	4	62,79%	0,794	Validé
-Définition de la finalité de l'entreprise	3	69,42%	0,778	Validé
-Compétences humaines et conceptuelles	6	66,37%	0,898	Validé
-Compétences financières	3	90,94%	0,950	Validé
Orientation durable	6	49,73%	0,786	Validé

3.5.3 Les variables de contrôle

Plusieurs auteurs ont identifié les facteurs institutionnels (c'est-à-dire, l'origine, le milieu de vie, la formation et l'expérience professionnelle), les facteurs individuels (l'âge, le genre, le statut parental, le niveau de scolarisation, le type de formation) et les facteurs organisationnels (liés à l'entreprise tels que la taille, l'âge, l'innovation et la performance économique) comme déterminants potentiels de l'orientation durable des entrepreneurs et des PME (Labelle et al., 2012). Par ailleurs, beaucoup d'autres chercheurs ont illustré que des facteurs de même nature peuvent avoir une influence sur l'intention d'entreprendre (Heyl et al., 2014; Scott et Twomey, 1988; Wilson, Kickul, et Marlino, 2007). En somme, vu l'influence que peuvent avoir tous ces facteurs sur l'OD et/ou sur l'IE, nous avons décidé de contrôler certaines de ces variables (celles que nous pouvions contrôler à partir de la base de données) pour assurer le pouvoir explicatif des variables indépendantes sur l'intention d'entreprendre.

En plus des questions portant sur le sexe et l'âge, les étudiants étaient appelés à faire part de leur participation à un précédent cours en entrepreneuriat. On constate que 6,9% d'entre eux ont pris des cours en entrepreneuriat au sein de l'université dans laquelle ils sont inscrits et 20% ont eu des cours ailleurs. On remarque également que 87,6% des participants n'avaient pas d'enfants à charge pendant la collecte des données. Enfin, les étudiants ont été questionnés sur leur appartenance à une entreprise familiale. Cette variable comporte 3 items qui sont présentés dans le tableau 10 suivant.

Tableau 10: Mesure de l'exposition préalable à une entreprise familiale

Variable	Items	Échelle
Exposition préalable à une entreprise familiale	<p>-Est-ce qu'un de vos parents a déjà possédé ou possède actuellement une entreprise ?</p> <p>-Est-ce qu'un membre de votre famille autre que vos parents possède ou a déjà possédé une entreprise ?</p> <p>-Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise détenue par un membre de votre famille ?</p>	Les répondants devraient indiquer oui ou non à chacune des questions.

Seulement 20% de l'échantillon n'avaient pas été exposés préalablement à une entreprise familiale et 17,2% ont répondu oui aux trois questions posées.

3.6 LA MÉTHODE D'ANALYSE

Pour traiter les données de cette recherche, nous utiliserons le logiciel SPSS (Statistical package for the social Science, version 18.0), un logiciel de statistique voué aux analyses quantitatives. Pour ce faire, nous devons effectuer différents tests statistiques permettant ainsi de tester les hypothèses formulées à partir du cadre conceptuel. Dans un premier temps, nous effectuerons des tests de fidélité et de validité de l'instrument de mesure pour déterminer la pertinence de la mesure. Les tests de

fidélité se font à partir du calcul de l'alpha de Cronbach, tandis que les tests de validité se font au travers d'une analyse factorielle exploratoire et confirmatoire.

Dans un second temps, nous effectuerons une analyse descriptive des différentes variables de notre recherche. Ensuite, des analyses corrélationnelles devront être effectuées pour explorer les relations entre les variables. La mesure de cette corrélation se fait grâce au coefficient de corrélation r de Pearson. Cet indice mesure l'étendue de la relation entre deux variables et nous permettra de décrire le lien entre ces deux variables. Enfin, des analyses de régressions multiples seront nécessaires. Ces analyses ont pour but de prédire la valeur de la variable dépendante d'après les valeurs de plusieurs variables indépendantes afin d'en distinguer leur effet respectif sur la variable dépendante (Fortin et Gagnon, 2010, p. 527).

Selon Durand (1997), il existe quatre sortes de régression multiple : la régression standard, la régression hiérarchique, la régression statistique, et la régression stepwise. Le choix du type de régression est laissé au chercheur. Dans le cadre de cette étude, nous effectuerons une régression hiérarchique, car elle permet de déterminer la contribution d'une ou de plusieurs variables pour expliquer la variable dépendante. Ainsi, les résultats de l'analyse hiérarchique devraient nous permettre de déterminer la différence de la variance expliquée à chaque fois que l'on ajoute une nouvelle variable. Nous pourrions donc savoir si cet ajout est significatif ou non, c'est-à-dire s'il contribue à l'explication du phénomène étudié qui est l'intention d'entreprendre (Durand, 1997) .

3.7 CONSIDÉRATION ÉTHIQUE

L'éthique est une discipline qui s'intéresse à la conduite humaine. C'est un ensemble de principes qui guident et assistent le chercheur dans la conduite de la recherche (Fortin et Gagnon, 2010, p. 95). L'éthique concerne autant la question de recherche, le type d'étude, le recrutement des répondants, que la façon de recueillir les données et de les interpréter. Cependant, la responsabilité principale du chercheur concerne sans contredit les participants à l'étude (Fortin et Gagnon, 2010, p. 96). Dès lors, le respect et le consentement libre et éclairé des participants sont très importants. Ce principe est respecté « lorsque le participant est informé de tous les aspects de la recherche et qu'il donne librement son consentement » à participer à l'étude (Fortin et Gagnon, 2010, p. 102). Il convient donc de préciser que la participation des étudiants à la présente étude est un libre choix. Les étudiants avaient accès à toutes les informations relatives à l'étude sur le site internet de la recherche. Par ailleurs, il importe de mentionner que cette étude portant sur l'influence de l'orientation durable sur l'intention d'entreprendre s'insère dans le cadre d'une étude plus globale visant à comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires. Un certificat d'éthique a été émis à cet effet. Ce dernier a le numéro **CER-10-159-06-10** décerné le 24 juillet 2014. Ce certificat atteste que la présente recherche respecte tous les principes éthiques.

La méthodologie étant présentée, le chapitre suivant présente les résultats et leurs interprétations.

CHAPITRE 4: RÉSULTATS

Ce chapitre présente les résultats des analyses statistiques dans le but d'accepter ou de rejeter les hypothèses de cette recherche. Pour ce faire, les parties suivantes sont présentées successivement : les analyses de corrélations, les analyses de régressions hiérarchiques et la validation des hypothèses.

4.1 ANALYSES DES CORRÉLATIONS

L'analyse des corrélations se fait à partir du coefficient de corrélation de Pearson (r). Les résultats de cette analyse corrélationnelle mettent en évidence l'intensité et le sens de la relation entre les variables indépendantes et la variable dépendante. La valeur du coefficient de corrélation est toujours comprise entre -1 et 1. Ainsi, la relation entre les deux variables est dite positive, lorsque les variations des deux variables se produisent dans le même sens, tandis que la relation entre les deux variables est dite négative lorsque les variations entre les deux variables se produisent dans le sens contraire. En effet, plus la valeur du coefficient de corrélation est proche de 1, plus la relation linéaire est forte. Il peut arriver aussi que le coefficient de corrélation soit égal à 0. Dans ce cas, il n'existe aucune relation entre les variables.

Pour effectuer nos analyses de corrélation et de régression sur la variable auto-efficacité entrepreneuriale, nous avons dû la transformer. En effet, comme nous l'avons déjà expliqué, cette variable a cinq dimensions comportant chacune plusieurs items. Pour faciliter nos analyses, nous avons effectué la moyenne des réponses des items de chaque dimension; ensuite, nous avons créé une nouvelle variable qui est une moyenne

des moyennes de chacune des cinq dimensions. Nous avons procédé ainsi par souci de parcimonie afin de mettre en lumière surtout le phénomène qui nous intéresse, soit la relation entre l'OD et l'IE.

Suite à l'analyse du tableau des corrélations, nous constatons que les coefficients peuvent s'interpréter de façon cohérente dans l'ensemble. Par exemple, l'intention d'entreprendre et l'auto-efficacité sont corrélées négativement avec le sexe. Ce constat nous permet de comprendre que les étudiants de sexe masculin ont une plus forte intention entrepreneuriale que les étudiants de sexe féminin. Par ailleurs, les hommes se sentent plus auto-efficaces à pouvoir reconnaître les opportunités, planifier, définir la finalité de leur entreprise, gérer leurs finances et leurs ressources humaines que leurs homologues féminins. Nous constatons également une corrélation positive entre le niveau d'études et l'âge et le nombre d'enfants à charge et l'âge. Ce constat est plausible, car plus on avance en âge, plus on est susceptible d'être dans un niveau d'études supérieur. Pareillement pour le nombre d'enfants à charge : plus on avance en âge, plus on est susceptible d'avoir une famille.

Nous observons aussi une très forte corrélation entre la variable dépendante, l'intention d'entreprendre et la variable indépendante attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur ($r=0,749$; $p\leq 0,01$). Le même constat est fait entre l'intention d'entreprendre et l'auto-efficacité entrepreneuriale ($r=0,503$; $p\leq 0,01$). Ces corrélations sont conformes aux résultats constatés dans les écrits scientifiques portant sur le sujet (Pruett, Shinnar, Toney, Llopis, et Fox, 2009; Wu et Wu, 2008).

La synthèse des corrélations observées entre nos différentes variables est présentée dans le tableau 11 ci-dessous.

Tableau 11: Corrélation entre les variables

Variables	Moy	E.T	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Sexe ⁸	0.61	0.490	1										
2. Age	24.78	5.267	0.035	1									
3. Cours ent ⁹	0.69	0.254	-0.072	0.017	1								
4. Aut. Co/For ¹⁰	0.20	0.404	-0.059	0.000	0.59	1							
5. Ent.fam ¹¹	1.38	0.994	0.074	0.040	0.125*	0.106	1						
6. Enf à charge	1.26	0.789	0.080	0.494**	0.010	0.027	0.084	1					
7. OD	2.91	0.921	0.104	0.055	-0.074	-0.040	-0.003	-0.023	1				
8. Intention	5.67	0.887	-0.290**	0.070	0.239**	0.180**	0.248**	0.091	-0.103	1			
9. ESE ¹²	3.15	1.352	-0.174	0.078	0.143*	0.206**	0.237**	-0.030	0.095	0.503**	1		
10. Normes S.	6.03	1.685	0.002	0.083	0.188**	0.074	0.290**	0.152*	0.069	0.288*	0.292**	1	
11. Attitudes	6.93	5.021	-0.268**	0.005	0.219**	0.174**	0.228**	0.091	-0.011	0.749**	0.579**	0.314**	1

** = $p \leq 0,01$ * = $p \leq 0,05$

⁸ Homme=0; Femme=1

⁹ Cours en entrepreneuriat

¹⁰ Autres cours et formations suivi en entrepreneuriat: Non=0; Oui=1

¹¹ Entreprise familiale

¹² Auto-efficacité entrepreneuriale

4.2 ANALYSES DE RÉGRESSIONS HIÉRARCHIQUES

Cette section porte sur les analyses de régression hiérarchique. Cette dernière nous permettra de confirmer ou d'infirmer les différentes hypothèses émises dans la revue de littérature afin de vérifier la relation positive possible entre l'OD et l'IE. Pour effectuer nos analyses, nous avons suivi la procédure proposée par Baron et Kenny (1986) pour tester l'effet médiateur de l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur sur l'intention d'entreprendre. Pour cela, tel que proposé par ces auteurs, les analyses ont été effectuées en trois étapes distinctes, dont chacune comporte plusieurs modèles. La première étape teste l'effet de la variable indépendante (l'orientation durable) sur le médiateur (l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur) en ajoutant les variables de contrôle. Ensuite, la deuxième étape consiste à tester l'effet des variables indépendantes (les normes subjectives et l'auto-efficacité entrepreneuriale) sur la variable dépendante (l'intention d'entreprendre), toujours en ajoutant les variables de contrôle. La dernière étape, quant à elle, consiste à tester l'effet du médiateur (l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur) en contrôlant pour celui-ci dans la régression qui comprend l'ensemble des variables. Notons que, pour qu'il y ait un effet médiateur, il faut qu'il existe une relation significative entre la variable indépendante et le médiateur à l'étape une, un effet significatif entre les variables indépendantes et la variable dépendante à l'étape deux, et qu'une fois le médiateur contrôlé (étape 3), l'effet des variables indépendantes sur la variable dépendante soit réduit (effet médiateur partiel), voire annulé (effet médiateur total).

Les différentes étapes sont présentées ci-dessous. Pour chacune des étapes de régressions hiérarchiques effectuées, les tableaux mettent en évidence la qualité des différents modèles, exprimée par la significativité de la statistique F de la loi de Fisher,

ainsi que le pourcentage de la variation de la variable dépendante expliqué par l'ensemble des variables indépendantes, exprimé par le coefficient de détermination R^2 . Les tableaux présentent pour chacune des variables le coefficient de régression standardisé (β). La significativité et ce coefficient sont donnés par la statistique T de Student.

Au fur et à mesure que nous présentons les différents tableaux, nous présenterons également une analyse des R^2 ajustés. Cette démarche est d'une grande importance, car elle nous permet de mettre en évidence l'apport de chaque modèle. Rappelons que le R^2 représente le pourcentage de la variation de la variable dépendante expliqué par l'ensemble des variables indépendantes. Notre objectif est donc de présenter la contribution de chaque modèle à expliquer l'intention d'entreprendre.

La première étape comporte deux modèles. Le modèle 1 est composé de la variable dépendante *l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur* et des variables de contrôles telles que le sexe, l'âge, le nombre d'enfants à charge, le fait d'avoir une famille en affaires, le fait d'avoir suivi un cours en entrepreneuriat à l'université et le fait d'avoir suivi un cours ou une formation en entrepreneuriat en dehors de l'université. Le modèle 2 est composé des variables de contrôle et de l'orientation durable qui est ajoutée, laquelle constituant la variable indépendante. Cette étape a pour but de déterminer s'il existe une relation entre l'orientation durable et les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur. Les analyses sont présentées dans le tableau 12 ci-dessous.

Tableau 12: Régression hiérarchique étape 1 ayant comme variable dépendante l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur

	Modèle1	Modèle2
	Std.β	Std. B
Sexe (Homme = 0; Femme = 1)	-0.252***	-0.255***
Âge	0.099	0.098
Cours en entrepreneuriat	0.168**	0.170**
Autres cours/formation	0.109	0.109
Entreprise familiale	0.287***	0.287***
Enfants à charge	0.040	0.040
Orientation Durable		0.023
Sig. variation <i>F</i>	0.000	0.700
<i>R</i> ²	0.227	0.228
Adj. <i>R</i> ²	0.206	0.203

***=p≤0,001 **=p≤0,01 *p≤0,05

Suite aux analyses de la première étape, il s'avère que le modèle 1 est significatif. Il explique 23% de la variance contrairement au modèle 2, qui n'est pas significatif ($p = 0,700$). Le fait qu'il ne soit pas significatif confirme qu'il ne peut pas y avoir d'effet médiateur. Nous constatons aussi qu'il existe une relation négative entre le sexe et les intérêts entrepreneuriaux (β standardisé = -0,255; $p \leq 0,001$). Cette relation négative nous indique que les femmes ont une attitude moins favorable à l'entrepreneuriat que le sexe opposé. Il importe de noter qu'il existe une relation positive entre le fait d'avoir suivi des cours en entrepreneuriat et les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur (β standardisé = -0,170; $p \leq 0,01$). Ce résultat est tout à fait normal, car

le fait de suivre des cours en entrepreneuriat permet à l'étudiant non seulement de développer une attitude favorable à l'égard de ce métier, mais de développer les compétences requises également. Nous notons qu'il existe aussi une relation positive entre le fait d'avoir une famille en affaires et l'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur (β standardisé = 0,287; $p \leq 0,001$). Ce résultat est compatible avec les écrits scientifiques, car il a été prouvé que le fait d'avoir une famille en affaires a une influence positive sur l'IE (Scott et Twomey, 1988).

La deuxième étape comporte trois modèles avec *l'intention d'entreprendre* comme variable dépendante. Le premier modèle est composé des variables de contrôle. Le deuxième modèle est composé de l'auto-efficacité entrepreneuriale et des normes subjectives. Notons que ces variables s'ajoutent aux variables de contrôle. Dans le troisième modèle, l'orientation durable s'ajoute au modèle précédent. Les analyses de cette deuxième étape sont présentées dans le tableau 13 ci-dessous.

Tableau 13: Régression hiérarchique étape 2 ayant comme variable dépendante l'intention d'entreprendre

	Modèle1	Modèle2	Modèle3
	Std.β	Std. B	Std.β
Sexe (Homme = 0; Femme = 1)	-0.311***	-0.257	-0.238***
Âge	0.059	0.029	0.036
Cours entrepreneuriat	0.193**	0.156*	0.139**
Autres cours/formation	0.092	0.023	0.021
Entreprise familiale	0.208***	0.110*	0.107*
Enfants à charge	0.082	0.067	0.065
ESE		0.385***	0.403***
Normes subjectives		0.110	0.114*
Orient. Durable			-0.136**
Sig. variation F	0.000	0.000	0.013
R^2	0.222	0.382	0.400
Adj. R^2	0.200	0.359	0.375

***=p≤0,001 **=p≤0,01 *p≤0,05

Les résultats globaux des 3 modèles sont significatifs. Dans le deuxième modèle, le coefficient de détermination est passé de R^2 ajustés = 0.200 à R^2 ajustés = 0,359. On observe une augmentation de 16%, tandis que dans le troisième modèle, le R^2 ne varie pas beaucoup, ce qui fait que l'OD ajoute peu d'explications au modèle, bien que l'ajout soit significatif.

Les résultats du modèle 1, 2 et 3 suggèrent aussi qu'il existe une relation négative entre le sexe (variable de contrôle) et l'IE (β standardisé = -0,238; $p \leq 0,001$). Cette

relation négative et significative nous indique que les hommes ont une plus forte IE que les femmes. Il existe aussi une relation positive entre le fait d'avoir suivi des cours en entrepreneuriat, le fait d'avoir une famille en affaires et l'IE. Nous constatons qu'il existe également une relation positive entre l'ESE et l'IE (β standardisé = 0,403; $p \leq 0,001$). Cette relation positive et significative est compatible avec les écrits scientifiques qui rapportent que, plus une personne se sent auto-efficace dans le métier d'entrepreneur, plus elle aura une forte intention d'entreprendre (Pruett et al., 2009). Il existe également une relation positive entre les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale (opinions des parents et des proches au sujet de l'entrepreneuriat et l'importance qu'on y accorde) et l'IE (β standardisé = 0,114; $p \leq 0,05$). Comme mentionné dans la revue de littérature, cet élément peut avoir un pouvoir explicatif plus ou moins grand dépendamment des contextes et des situations. Il importe de noter qu'il existe une relation négative entre l'OD et l'IE (β standardisé = -0,136; $p \leq 0,01$). Cette relation négative nous indique que, plus l'individu croit que les entreprises devraient être orientées vers la durabilité, moins il a l'intention d'entreprendre.

La troisième étape comporte aussi trois modèles avec *l'intention d'entreprendre* comme variable dépendante. Le premier modèle est composé des variables de contrôle. Dans le deuxième modèle, l'auto-efficacité entrepreneuriale, les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale et les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur s'ajoutent aux variables de contrôle. Dans le troisième modèle, l'orientation durable s'ajoute au modèle précédent. Les analyses de cette troisième étape sont présentées dans le tableau 14 ci-dessous.

Tableau 14: Régression hiérarchique étape 3 ayant comme variable dépendante l'intention d'entreprendre

	Modèle1	Modèle2	Modèle3
	Std.β	Std. B	Std.β
Sexe (Homme = 0; Femme = 1)	-0.311***	-0.190***	-0.175***
Âge	0.059	0.007	0.013
Cours entrepreneuriat	0.193**	0.112*	0.099
Autres cours/formation	0.092	0.015	0.014
Entreprise familiale	0.208***	0.050	0.049
Enfants à charge	0.082	-0.059	0.058
ESE		0.207***	0.228***
Normes subjectives		0.057	0.063
Attitudes		0.367***	0.357***
Orientation Durable			-0.119*
Sig. variation F	0.000	0.000	0.022
R^2	0.222	0.452	0.465
Adj. R^2	0.200	0.429	0.440

***= $p \leq 0,001$ **= $p \leq 0,01$ * $p \leq 0,05$

Les résultats de notre analyse montrent que le modèle 2 du tableau 14 est celui qui contribue le plus à expliquer l'intention d'entreprendre. Dans ce modèle, le coefficient de détermination est passé de $R^2 = 0.200$ à $R^2 = 0,429$. Ainsi, ce sont les trois composants du modèle d'Ajzen qui contribuent le plus à expliquer l'intention

d'entreprendre, contrairement à l'orientation durable où le coefficient de détermination est passé de $R^2 = 0.429$ à $R^2 = 0,440$.

Les résultats des modèles 1, 2 et 3 suggèrent aussi qu'il existe une relation négative entre le sexe et l'IE (β standardisé $= -0,175$; $p \leq 0,001$). Cette relation négative et significative indique que, même si les étudiants des deux sexes ont une intention d'entreprendre, cette intention est beaucoup plus marquée chez les hommes que chez les femmes. Nous constatons qu'il existe une relation positive et significative entre l'auto-efficacité entrepreneuriale, les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale et l'IE. Il importe de noter qu'il existe également une relation négative entre l'OD et l'IE (β standardisé $= -0,119$; $p \leq 0,05$). Cette relation négative nous indique que, plus l'individu croit que les entreprises devraient être orientées vers la durabilité, moins il a l'intention d'entreprendre.

4.3 VALIDATION DES HYPOTHÈSES

L'hypothèse H1 prévoit que les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur agissent comme médiateur de la relation entre l'orientation durable et l'intention entrepreneuriale. Les résultats du modèle 2 de l'étape 1 n'étant pas significatifs ($p = 0,700$), l'hypothèse H1 est donc rejetée.

L'hypothèse H2 prévoit qu'il existe une relation positive entre l'OD et l'IE. Les résultats du modèle 3 de l'étape 3 indiquent qu'il existe effectivement une relation entre les deux variables testées. Cependant, cette relation est négative et significative (β standardisé $= -0,119$; $p \leq 0,05$). Par conséquent, l'hypothèse H2 est rejetée.

L'hypothèse H3 prévoit qu'il existe une relation positive entre les attitudes et l'IE. Les résultats des modèles 2 et 3 de l'étape 3 indiquent qu'il existe effectivement une relation positive entre les deux variables testées (β standardisé = 0,357; $p \leq 0,001$). Par conséquent, l'hypothèse H3 est donc acceptée.

L'hypothèse H4 prévoit qu'il existe une relation positive entre les normes subjectives et l'IE. Les résultats de régressions des modèles 2 et 3 de l'étape 3 indiquent qu'il n'existe aucune relation entre les deux variables (β standardisé = 0,063; $p > 0,05$), même si nous avons constaté une corrélation significative entre les deux variables ($r=0,288$; $p \leq 0,01$). Par conséquent, nous rejetons l'hypothèse H4.

L'hypothèse H5 prévoit qu'il existe une relation positive entre l'ESE et l'IE. Les résultats des modèles 2 et 3 indiquent qu'il existe effectivement une relation positive entre les deux variables testées (β standardisé = 0,228; $p \leq 0,001$). Par conséquent, l'hypothèse H5 est acceptée.

CHAPITRE 5: DISCUSSION

Ce chapitre a pour but d'interpréter les différents résultats obtenus. Dans un premier temps, nous interpréterons les résultats par rapport aux hypothèses formulées. Dans un second temps, nous mettrons en évidence les limites de la présente étude et présenterons quelques avenues de recherches futures.

5.1 DISCUSSION DES DIFFÉRENTES HYPOTHÈSES

La première hypothèse formulée prévoit que les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur agissent comme médiateur de la relation entre l'orientation durable et l'intention entrepreneuriale. Au vu des résultats, cette l'hypothèse a été rejetée. La première raison pourrait concerner les mesures utilisées. En effet, la mesure de l'OD est une nouvelle mesure qui n'a été utilisée qu'une fois dans la littérature, tandis que la mesure des attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur a été développée dans le cadre de cette recherche. Bien que ce sont de nouvelles mesures dont la robustesse et la validité sont loin d'être démontrées, il faut noter cependant qu'elles satisfont aux conditions de la méthode de validation proposée par Campbell et Fiske (1959).

Nous pensons aussi que les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur n'agissent pas comme médiateur de la relation entre l'orientation durable et l'intention entrepreneuriale, tout simplement parce qu'elles ne le sont pas. Ainsi, peut être que l'OD est liée directement à l'IE. C'est ce qui nous ramène à notre deuxième hypothèse formulée, qui porte sur l'existence d'une relation positive entre l'OD et l'IE. Au vu des résultats, il s'avère qu'il existe bel et bien une relation significative entre les deux

variables. Cependant, cette relation est négative. C'est pourquoi l'hypothèse H1 est rejetée. Ce résultat indique donc que, plus un individu croit que les entreprises doivent être impliquées sur le plan social et environnemental, moins il a une intention d'entreprendre lui-même. Ce résultat est contraire à celui obtenu par Kuckertz et Wagner (2010), qui soulignent que l'OD a une influence positive sur l'IE. Malgré le fait que ce résultat est contraire au résultat espéré, il est tout de même très intéressant. Comme l'ont souligné Hall et al. (2010), le discours sur l'influence positive du DD sur l'entrepreneuriat est un discours trop optimiste, d'où leur suggestion d'effectuer davantage d'études empiriques pour contribuer à l'avancée de la connaissance dans le domaine. C'est ce que nous avons fait avec cette étude.

Bien qu'allant à l'encontre de nos attentes, nous pouvons tenter d'expliquer la relation négative observée entre l'OD et l'IE de deux façons. Premièrement, il est possible que les personnes qui ont une OD plus élevée ne voient pas l'entrepreneuriat comme un moyen pour atteindre leurs objectifs sociaux et environnementaux. Ils préfèrent peut-être exprimer leurs valeurs d'une autre manière. Par exemple, les nouveaux emplois dans le domaine du DD peuvent certes répondre aux attentes des jeunes (étudiants) qui ont une OD élevée. D'après Teboul et Rapczyk (2013), les emplois dans le domaine du DD connaissent une croissance remarquable. De mars 2012 à octobre 2012 en France, le marché de l'emploi du DD a presque doublé, passant de 1266 à 2219 emplois. Ces emplois sont diversifiés. Ils vont du domaine de l'efficacité énergétique, aux postes de gestion en DD (finance, marketing), aux postes d'audit pour les impacts environnementaux et sociaux, en passant par les responsables de RSE ou les ONG et les collectivités. Toutes ces opportunités d'emplois de DD permettent aux personnes ayant une OD élevée de travailler dans des contextes où elles contribuent à obtenir une société juste et équitable, sans toutefois avoir besoin d'entreprendre. Ainsi, le contexte actuel dans ce domaine pourrait avoir un impact sur les différentes variables du modèle, comme les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur et les normes

subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale, qui valoriseraient davantage les emplois plutôt que l'entrepreneuriat.

Deuxièmement, il est aussi possible que les personnes qui ont une OD élevée considèrent les entreprises comme la source des problèmes environnementaux et sociaux et, de ce fait, ne veulent pas y être associées. En d'autres termes, selon eux, la création d'entreprises ne ferait qu'aggraver la situation. Il se pourrait que les personnes ayant une OD perçoivent encore de nos jours les entreprises comme des entités qui cherchent avant tout le profit, et ce, au détriment de l'environnement et la société. À cause de cette vision, l'entrepreneuriat n'est donc pas considéré d'emblée comme une solution envisageable dans la résolution des problèmes de durabilité.

Bien que les personnes ayant un niveau élevé de préoccupation de l'environnement soient plus disposées à agir, la recherche empirique a montré que ces personnes exprimaient leurs valeurs en faisant du bénévolat (Bruyere et Rappe, 2007). Les bénévoles s'engageaient pour des raisons telles qu'aider l'environnement, exprimer leurs valeurs, ou encore pour socialiser avec des personnes ayant des intérêts similaires. Ces personnes sont conscientes des enjeux environnementaux et sociaux et font du bénévolat, car elles essaient d'apporter des solutions à ces problèmes. Une fois de plus, l'entrepreneuriat n'est pas la solution la plus évidente pour ces personnes.

En somme, pour que l'entrepreneuriat soit perçu comme un moyen qui contribue à résoudre les problèmes environnementaux et sociaux auprès des gens qui ont une OD élevée, il faudra peut-être investir à changer leur perception de l'entrepreneuriat. La sensibilisation et la formation mise en place seraient des moyens possibles pour atteindre cet objectif.

En ce qui concerne la troisième hypothèse, soit celle qui suggère une liaison entre les attitudes et l'IE, nous avons observé une relation positive. Dans la présente étude, les attitudes représentent le principal facteur prédictif de l'IE. En d'autres mots, une attitude favorable à l'égard de l'entrepreneuriat est l'élément le plus important pour stimuler l'intention d'entreprendre. Ce résultat corrobore ceux de Wu et Wu (2008), qui concluent que le facteur qui explique le plus l'IE des étudiants est les attitudes. Gird et Bagraim (2008) ont également obtenu un résultat semblable lors de leur étude portant sur les intentions entrepreneuriales des étudiants, soit l'attitude prédit le mieux l'intention d'entreprendre. Nous savons que l'entrepreneur est amené à jouer plusieurs rôles dans le but de créer une entreprise. Parmi ces rôles, on peut citer par exemple la capacité à obtenir des fonds, la capacité à identifier de nouveaux marchés, l'innovation, la gestion du personnel et la planification. Il est donc normal de penser que, si un individu a une attitude favorable envers certaines tâches de l'entrepreneur, cette personne pourrait avoir une intention d'entreprendre.

L'hypothèse H4 prévoit qu'il existe une relation positive entre les normes subjectives et l'IE. Nous n'avons observé aucune relation entre ces deux variables. En effet, la variable normes subjectives représente l'avis des personnes entourant l'individu quant à sa capacité à exécuter le comportement et l'importance qu'il accorde à l'opinion de ces dernières. À ce sujet, Krueger et al. (2000) soutiennent que la faible influence des normes subjectives sur l'IE peut être due au fait que le choix de la carrière entrepreneuriale des étudiants est fait sur une base personnelle, davantage à partir des attitudes et de l'auto-efficacité que sur une base sociale. En dépit de l'importance des normes subjectives dans la littérature pour prédire l'IE (Ajzen, 1991), plusieurs études arrivent à la même conclusion que nous, c'est-à-dire à l'absence d'influence des normes subjectives sur l'IE. D'après une méta-analyse de Armitage et Conner (2001), les normes subjectives semblent être le maillon faible des trois composantes de la théorie du comportement planifié, se révélant ainsi soit sans lien avec l'intention ou faiblement lié

à elle. Dans une autre étude, les chercheurs concluent que toutes les relations entre les composantes de la théorie du comportement planifié sont comparables, à l'exception des normes subjectives dont l'influence varie en fonction des cultures (Morian et al., 2012). Krueger et al. (2000) arrivent également à la même conclusion. Ils expliquent ainsi cela par le fait que les normes subjectives pourraient être significatives, mais uniquement dans des groupes ethniques qui ont une forte tradition entrepreneuriale. Ainsi, tel que signalé par Ajzen (1991), les normes subjectives prédisent l'IE à des degrés plus ou moins grands dépendamment des contextes et des situations.

L'hypothèse H5 prévoit qu'il existe une relation positive entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre. Nous avons effectivement noté une relation positive et significative entre ces deux variables. Même si, dans la présente recherche, les attitudes prédisent davantage l'intention d'entreprendre, l'auto-efficacité entrepreneuriale reste un facteur important pouvant prédire l'intention d'entreprendre. Pruett et al. (2009) ont conclu que le facteur qui prédit davantage l'IE des étudiants est l'auto-efficacité. De ce fait, ils soulignent que, pour encourager l'entrepreneuriat auprès des étudiants, il suffit de développer leurs croyances à l'égard de leurs capacités entrepreneuriales. Bien qu'il n'y ait rien dans la théorie du comportement planifié d'Ajzen qui suggère qu'un facteur en particulier a une plus grande importance que les autres, plusieurs chercheurs arrivent à la même conclusion (McGee et al., 2009). Selon ces chercheurs, contrairement aux autres décisions qu'une personne pourrait prendre, telle que l'intention de vote, la création d'une entreprise a des conséquences plus importantes sur l'individu. Dans ce sens, l'auto-efficacité entrepreneuriale serait le facteur le plus déterminant. Contrairement aux conclusions de ces recherches, nos résultats suggèrent que ce sont les attitudes qui expliquent le mieux l'intention d'entreprendre.

En somme, nos résultats nous ont permis non seulement d'éclairer la relation entre l'OD et l'IE, mais aussi de déterminer laquelle des attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur, les normes subjectives à l'égard de la carrière entrepreneuriale et l'auto-efficacité entrepreneuriale prédisent l'intention d'entreprendre. Comme nous l'avons présenté précédemment au chapitre 1, l'entrepreneuriat est un bon moyen pour atteindre les objectifs du DD mais il faudrait que les gens le perçoivent comme une solution potentielle. Il est alors important d'informer les étudiants que l'entrepreneuriat est un bon moyen pour concrétiser son OD et mettre en place des activités afin de sensibiliser aux tâches d'entrepreneurs et à la prise de conscience des habiletés entrepreneuriales (auto-efficacité et ses leviers). De plus, la relation négative observée entre l'OD et l'IE pourrait être expliquée par le fait qu'il existe une variable modératrice que nous devrions sans doute trouver (par exemple, la proactivité élevée combinée à l'OD élevé pourrait influencer positivement l'IE, ou encore certaines motivations, etc.).

5.2 LES LIMITES DE LA RECHERCHE

Malgré toute la rigueur mise dans cette étude, il subsiste quelques limites qui se doivent d'être soulignées.

La première limite porte sur le construit de l'OD en tant que tel. Son alpha de Cronbach est très bas dans les écrits précédents (0,64) (Kuckertz et Wagner, 2010). Néanmoins, dans cette étude, il est de 0,786. C'est un résultat jugé comme étant acceptable, car il est supérieur à 0,70 (Tabachnick et Fidell, 2001). Ce construit n'est pas robuste, au sens où il n'a été utilisé que deux fois à notre connaissance, et qu'en plus, il n'a pas subi l'ensemble des tests qui sont suggérés dans le développement des mesures

(test-retest, matrice multi-méthode multi-critères, etc). Il reste donc beaucoup de travail à faire pour développer une mesure de l'OD qui sera valide et fidèle.

Notre deuxième limite porte sur le construit des attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur. C'est une mesure que nous avons développée dans le cadre de cette recherche. Elle a obtenu un alpha de Cronbach de 0,961. Suite à l'analyse factorielle effectuée, la mesure peut être regroupée en un seul facteur pouvant expliquer 54, 71% de la variance totale. Malgré le fait que les tests de fidélité et de validité sont jugés comme étant acceptables selon les recommandations de Tabachnick et Fidell (2001) et de Durand (2003), il reste que c'est une nouvelle mesure dont la validité est loin d'être démontrée.

Une autre limite consiste en l'utilisation de données provenant d'une enquête menée en deux phases. En effet, les questions concernant les normes subjectives (opinions des parents et des proches au sujet de l'entrepreneuriat et l'importance qu'on y accorde) ont été posées uniquement à la phase initiale et les questions concernant l'OD ont été ajoutées à la 3^{ème} collecte (1 an plus tard). Nous avons donc utilisé les données provenant de la 3^{ème} collecte pour toutes les variables, excepté la variable concernant les normes subjectives. Il se peut donc que l'opinion des parents ou des proches telles que perçues par le répondant au sujet de l'entrepreneuriat aient changé dans un sens ou l'autre, entraînant ainsi une modification des résultats. Notons que ce risque est faible, d'autant plus que l'échantillon est très grand et que le délai est court entre la phase initiale et la 3^{ème} collecte (1 an).

L'utilisation d'un questionnaire en ligne peut également être une limite. Ce dernier comporte un faible taux de réponse et un taux élevé de données manquantes. À

cela s'ajoute le fait qu'étant donné l'absence du chercheur, le type d'erreur peut être accru. Néanmoins, la présence du chercheur elle-même représente une possibilité d'erreur, car ce dernier peut donner des indications un peu différentes d'un participant à l'autre.

Notre dernière limite concerne les erreurs de non-réponse. En effet, plusieurs individus contactés dans le cadre de cette étude n'ont pas accepté d'y donner suite. En plus, certains ont répondu partiellement aux questions. On peut penser qu'ils ont omis volontairement ou non de répondre à certaines questions. Néanmoins, certaines stratégies ont été mises en place pour augmenter le taux de réponses aux questions. Ces stratégies consistent à envoyer un avis de rappel aux personnes qui n'ont pas répondu et aussi un chèque-cadeau de 25\$ remis à 20 personnes choisies au hasard chaque année. En outre, seuls les répondants à l'ensemble des questions ont été retenus lors des analyses. Néanmoins, un biais peut subsister.

5.3 LES AVENUES DES RECHERCHES FUTURES

Cette étude a permis de soulever plusieurs pistes de recherche. Par exemple, il serait intéressant de vérifier par une recherche inductive la perception de l'entrepreneuriat auprès des personnes ayant une OD élevée et de déterminer s'ils perçoivent l'entrepreneuriat de façon positive et comme un moyen pour eux d'exprimer leur OD. Sinon, la recherche pourrait tenter de saisir les facteurs qui induisent une perception négative envers l'entrepreneuriat.

Des recherches futures portant sur le même sujet pourraient reprendre cette étude en utilisant d'autres mesures que celles utilisées dans la présente recherche, étant donné les limites de certaines mesures que nous avons soulevées.

Puisque la base de données sur laquelle nous avons travaillé s'étend sur 5 ans, il serait donc très intéressant de faire une étude longitudinale pour pouvoir vérifier si les intentions d'entreprendre ou encore l'orientation durable des individus n'auraient pas changé au fil des ans. En effet, comme nous l'avons déjà expliqué l'intention est une pensée, dans ce cas, on pense créer une entreprise, mais cette intention est loin d'être une certitude. Il peut y avoir beaucoup d'événements dans la vie de l'individu qui va renforcer ou encore diminuer cette intention d'entreprendre telle que le fait de déceler une opportunité ou la difficulté à obtenir des fonds.

Dans ce chapitre, dont l'objectif était de discuter des résultats obtenus, nous avons constaté que l'exploration de la relation entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre a fait ressortir des résultats insoupçonnés. Cette étude contribue à vérifier la théorie et à ouvrir des pistes de recherche futures. Elle permet d'éclairer le rôle de l'entrepreneuriat tant vanté dans la littérature comme étant une solution aux problèmes environnementaux et sociaux. Mieux encore, elle met en évidence la relation négative entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre.

CONCLUSION

À travers notre revue de littérature, nous avons vu que pour que le DD soit un projet réalisable, il faut l'implication de tous les acteurs : publics, parapublics et privés, mais surtout les PME, qui représentent 99% des entreprises. D'ailleurs, les écrits scientifiques placent les entrepreneurs comme des acteurs incontournables pour une pérennité du DD. Cependant, qu'est-ce qui pourrait les inciter à adopter le DD ? En effet, pour cela, il faut des individus qui ont de fortes valeurs et croyances de DD (donc une OD élevée) et qui choisissent de devenir entrepreneur. Ainsi, l'OD combinée à une intention d'agir pour obtenir une société qui respecte les principes du DD pourrait les pousser à créer une entreprise durable et donc, de développer l'intention d'entreprendre. C'est pour vérifier et documenter cela que cette étude a été entreprise.

Cette étude a tenté de vérifier le lien entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre. Nous avons intégré deux littératures, celle portant sur l'orientation durable et celle sur l'intention d'entreprendre. Rappelons que très peu d'études ont été effectuées sur le sujet. Pour effectuer notre revue de littérature, nous avons dû intégrer les écrits scientifiques dans les domaines de la gestion du développement durable, de la psychologie environnementale et sociale, de l'entrepreneuriat, de l'entrepreneuriat durable et de l'intention d'entreprendre. De plus, nous avons tenté de combler les lacunes de la seule étude portant sur le sujet, soit celle de (Kuckertz et Wagner, 2010).

Au niveau empirique, cette étude contribue à l'avancée des connaissances sur l'orientation durable et l'intention d'entreprendre. Les données empiriques démontrent que le fait d'avoir une orientation durable n'influence pas l'intention d'entreprendre, bien au contraire. Les individus ayant une OD élevée n'ont pas une IE. Cela démontre que l'entrepreneuriat n'est pas perçu comme un moyen pour ces individus d'exprimer

leur OD. Le rôle des institutions publiques et parapubliques est alors d'une grande importance. Il faudrait donc faire des communications qui ont pour but de montrer que la création d'entreprises n'a pas uniquement pour but le profit, mais peut également avoir d'autres objectifs tels que le social ou l'environnemental. Pour preuve, il existe plusieurs PME qui poursuivent des objectifs sociaux, environnementaux et économiques. D'ailleurs, il est important de médiatiser des cas d'entreprises orientées vers le DD et qui ont réussi. Cela permettra aux personnes intéressées d'avoir des cas de réussite auxquels s'identifier. Les données empiriques suggèrent également que les attitudes et le contrôle comportemental perçu prédisent bien l'intention d'entreprendre. Ce résultat n'est guère surprenant, car il confirme ceux de plusieurs autres études (Armitage et Conner, 2001; Krueger et al., 2000) . Étant donné que cette étude est basée sur un échantillon composé d'étudiants universitaires, elle pourrait également servir de cadre de référence pour développer des programmes de sensibilisation auprès d'eux.

Les résultats obtenus contribuent sans doute à mieux comprendre la relation entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre. Toutefois, cet apport n'est que le début d'une série d'études qui, espérons-le, ouvrent la porte à d'autres questionnements et qui pourront clarifier davantage la relation entre l'orientation durable et l'intention d'entreprendre.

RÉFÉRENCES

- Afnor. (2008). *Développement durable et entreprises : un défi pour les managers* (2e éd.).
- Aggeri, F., et Godard, O. (2006). Les entreprises et le développement durable. *Entreprises et histoire*(4), 6-19.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anastas, P. T. (2003). Meeting the challenges to sustainability through green chemistry. *Green Chemistry*, 5(2), G29-G34.
- Armitage, C. J., et Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Armstrong, M., Lavoie, A., Petkov, P., Pohlmann, C., et Smith, D. (2007). Objectif Éco-prospérité. Les perspectives des PME sur l'environnement: Fédération canadienne de l'entreprise indépendante.
- Audet, J. (2004). L'Impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 17(3), 221-238.
- Bamberg, S., et Möser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. *Journal of environmental psychology*, 27(1), 14-25.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*: Macmillan.
- Baron, R. M., et Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Barré, M.-A. (2009). *Le maintien de l'engagement militant au sein du mouvement écologiste: le cas d'un groupe d'écologie sociale*. (Mémoire), Université Laval, Québec. Repéré à www.theses.ulaval.ca/2009/26427/26427.pdf

- Becker, M., et Félonneau, M.-L. (2011). Pourquoi être pro-environnemental? Une approche socionormative des liens entre valeurs et «pro-environnementalisme». *Pratiques psychologiques*, 17(3), 237-250.
- Bédard, L., Lamarche, L., et Déziel, J. (2012). *Introduction à la psychologie sociale: vivre, penser et agir avec les autres* (3e éd.): Éditions du Renouveau pédagogique Incorporated (ERPI).
- Belz, F.-M., et Binder, J. K. (2013). *Sustainability Entrepreneurship: A Process Model*. Rochester: Social Science Research Network.
- Boissin, J.-p., Chollet, B., et Emin, S. (2008). Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise. *Revue française de gestion*, 180(11), 25-43.
- Boissin, J.-p., Chollet, B., et Emin, S. (2009). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants: un test empirique. *Management*, 12(1), 28-51.
- Bouchard Jr., T. J., et McGue, M. (1990). Genetic and rearing environmental influences on adult personality: an analysis of adopted twins reared apart. *Journal Of Personality*, 58(1), 263-292.
- Boyd, N. G., et Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and Actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 63-77.
- Bruyere, B., et Rappe, S. (2007). Identifying the motivations of environmental volunteers. *Journal of environmental planning and management*, 50(4), 503-516.
- Campbell, D. T., et Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological bulletin*, 56(2), 81.
- Cohen, B., et Winn, M. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 22(1), 29-49.
- Commission mondiale sur l'environnement et le développement, et Brundtland, G. H. (1987). *Notre avenir à tous*. Montréal: Les Éditions du Fleuve.
- Corral-Verdugo, V., Bonnes, M., Tapia-Fonllem, C., Fraijo-Sing, B., Frias-Armenta, M., et Carrus, G. (2009). Correlates of pro-sustainability orientation: The affinity towards diversity. *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 34-43. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.09.001>

- Corral-Verdugo, V., et Pinheiro, J. Q. (2006). Sustainability, future orientation and water conservation. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée/European Review of Applied Psychology*, 56(3), 191-198. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.erap.2005.09.002>
- Dean, T. J., et McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50-76. doi: 10.1016/j.jbusvent.2005.09.003
- Dixon, S. E., et Clifford, A. (2007). Ecopreneurship—a new approach to managing the triple bottom line. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 326-345.
- Dreyer, P., et Pérenne, M. (2012). *Être bénévole: Motivation, Engagement, Reconnaissance*. Lyon: Chronique Sociale
- Durand, C. (1997). L'analyse de régression multiple. *Université de Montréal*. Repéré le 5 mai 2015, à <https://www.webdepot.umontreal.ca/Enseignement/SOCIO/Intranet/SOL6210/public/notesdecours/REGRES.pdf>
- Durand, C. (2003). L'analyse factorielle et l'analyse de fidélité. *Université de Montréal*. Repéré le 5 mai 2015, à <http://www.mapageweb.umontreal.ca/durandc/Enseignement/MethodesQuantitatives/FACTEUR9.pdf>
- Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(1), 1-20.
- Emploi et Développement social Canada. (2011). Sécurité financière - Niveau de vie. Repéré le Décembre, 2013, à <http://www4.hrsdc.gc.ca/.3ndic.1t.4r@-fra.jsp?iid=26>
- Engle, Dimitriadi, Gavidia, Schlaegel, Delanoe, Alvarado, . . . Wolff. (2010). Entrepreneurial intent: a twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(1), 35-57.
- Enkvist, P., et Vanthournout, H. (2008). How Companies think about climate change. *McKinsey Quarterly*, 2, 46-51.

- Fayolle. (2012). *Dynamique entrepreneuriale. Le comportement de l'entrepreneur*. De Boeck Université.
- Fayolle, et Gailly, B. (2009). Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre. *Management*, 12(3), 176-203.
- Filion, L. J. (2008). Defining the entrepreneur : Complexity and multi-dimensional systems. *HEC Montréal, Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier, Cahier de recherche* 2008(3), 16.
- Filion, L. J., et Allali, B. (2007). *Management des PME: de la création à la croissance*: Éditions du Renouveau pédagogique.
- Fitzsimmons, J. R., et Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431-440.
- Fonrouge, C. (2002). Entrepreneur/Manager: deux acteurs d'une même pièce. *Actes des colloques de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS*.
- Fortin, M.-F., et Gagnon, J. (2010). *Fondements et étapes du processus de recherche 2e édition*: Chenelière éducation Montréal.
- Foucart, S. (2013). Réchauffement climatique : les experts du GIEC durcissent leur diagnostic. *Lemonde*. Repéré le 05-12-2013, 27-09-2013, à http://www.lemonde.fr/planete/article/2013/09/27/rechauffement-climatique-les-experts-du-giec-aggravent-leur-diagnostic_3485857_3244.html
- Garric, A. (2014). Réchauffement: les 10 points marquants du rapport du GIEC. *Planète*. Repéré le 12 mai, 2014, à http://www.lemonde.fr/planete/article/2014/04/14/rechauffement-les-dix-points-marquants-du-rapport-du-giec_4399907_3244.html
- Gird, A., et Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711-724.
- Gouvernement du Québec. (2002). Le développement durable au cœur de votre modèle d'affaires. Repéré le 13 février, 2015, à <http://www.mddep.gouv.qc.ca/developpement/entreprises/index.htm#TACEP>

- Graziano, W. G., Habashi, M. M., Sheese, B. E., et Tobin, R. M. (2007). Agreeableness, empathy, and helping: A person \times situation perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(4), 583-599. doi: 10.1037/0022-3514.93.4.583
- Haanaes, K., Arthur, D., Balagopal, B., Kong, M. T., Reeves, M., Velken, I., . . . Bussey, K. (2011). Sustainability: the 'embracers' seize advantage.
- Hall, J. K., Daneke, G. A., et Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 439-448. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.002>
- Heyl, M., Díaz, E. M., et Cifuentes, L. (2014). Environmental attitudes and behaviors of college students: a case study conducted at a chilean university. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 45(3), 487-500.
- Industrie Canada. Direction générale de la petite entreprise. (Août 2013). Principales statistiques relatives aux petites entreprises. Repéré le 4 février, 2015, à [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PSRPE-KSBS_Aout-August2013_fra.pdf/\\$FILE/PSRPE-KSBS_Aout-August2013_fra.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PSRPE-KSBS_Aout-August2013_fra.pdf/$FILE/PSRPE-KSBS_Aout-August2013_fra.pdf)
- Julien, P.-A. (2005). *Les PME: Bilan et perspectives* (3e éd.). Cap-Rouge, Québec: Presses Inter-Universitaires.
- Julien, P.-A., et Cadieux, L. (2010). La mesure de l'entrepreneuriat. Rapport d'étude. Repéré le 5 février, 2015, à <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/entrepreneuriat/mesure-entrepreneuriat.pdf>
- Julien, P.-A., Vaghely, I. P., et Brousseau, M. (2008). *Opportunités : Idée, Marché et Temps*. Communication présentée à la International Council for Small Business, Washington. <http://search.proquest.com/docview/192410983?accountid=14725>
- Kaiser, F. G., et Byrka, K. (2011). Environmentalism as a trait: Gauging people's prosocial personality in terms of environmental engagement. *International Journal of Psychology*, 46(1), 71-79.
- Kolvereid, L., et Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.

- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., et Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.
- Kuckertz, A., et Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions — Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524-539. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.001>
- Labelle, St-Jean, É., et Dutot, V. (2012). Déterminants de l'entrepreneuriat durable : Quelques constats auprès d'étudiants universitaires. *La Revue des Sciences de Gestion* 3(255-256), 23-30.
- Labelle, F. (2008). *La PME et le développement durable (DD) : une démarche qui améliore les capacités d'innovation des entrepreneurs*. Communication présentée à la CIFEPME-2008. <http://airepme.org/images/File/2008/C70.pdf>
- Lawrence, S. R., Collins, E., Pavlovich, K., et Arunachalam, M. (2006). Sustainability practices of SMEs: the case of NZ. *Business strategy and the environment*, 15(4), 242-257.
- Lent, R. W., Brown, S. D., et Hackett, G. (2002). *Social cognitive career theory* (Vol. 4).
- Liñán, F., et Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., Urbano, D., et Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), 187-215.
- Mach, A. (2002). Le pouvoir des ONG sur les entreprises : pression, partenariat, évaluation. *Annuaire suisse de politique de développement*(21), 109-129.

- Marco van, G., Brand, M., Mirjam van, P., Bodewes, W., Poutsma, E., et Anita van, G. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538-559. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/13620430810901688>
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., et Tsang, J.-A. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112-127. doi: 10.1037/0022-3514.82.1.112
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., et Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(4), 965-988. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., et Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185.
- Naaman, R. (2008). De plus en plus d'entreprises développent des partenariats stratégiques avec des ONG. Au-delà de la visibilité, quel est l'intérêt d'une telle démarche, pour le groupe comme pour l'association ? Repéré le 24 février, 2014, à http://www.novethic.fr/novethic/entreprise/politique_developpement_durable/partenariat_ong_entreprise/ong_entreprises_relations_constructives/118283.jsp
- Nabi, G., Holden, R., et Walmsley, A. (2010). Entrepreneurial intentions among students: towards a re-focused research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 537-551.
- Nations Unies. (2011). Objectifs du Millénaire pour le développement. Rapport de 2011. Repéré le 4 février, 2015, à http://www.un.org/fr/millenniumgoals/pdf/report_2011.pdf
- Nora, D. (2013, 11/03/2014). Tesla Motors : l'histoire secrète d'une success story. *l'OBS/Économie*. Repéré le 4 février, 2015, à <http://tempsreel.nouvelobs.com/economie/20130908.OBS5996/tesla-motors-l-histoire-secrete-d-une-succes-story.html>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York McGraw-Hill.
- Ollitrault, S. (2001). Les écologistes français, des experts en action. *Revue française de science politique*, 51(1), 105-130.

- Patzelt, H., et Shepherd, D. A. (2011). Recognizing Opportunities for Sustainable Development. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 35(4), 631-652. doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00386.x
- Penner, L. A., Fritzsche, B. A., Craiger, J. P., et Freifeld, T. R. (1995). Measuring the prosocial personality. *Advances in personality assessment*, 10, 147-163.
- Piette, J. (2013). *40 années d'évolution de la législation environnementale au Québec (1972-2012)*. Communication présentée à la 81e Congrès de l'ACFAS Québec.
- Poortinga, W., Steg, L., et Vlek, C. (2004). Values, Environmental Concern, and Environmental Behavior A Study into Household Energy Use. *Environment and behavior*, 36(1), 70-93.
- Princic, L., et Floyd, M. (2003). Engaging small business in corporate social responsibility: a Canadian small business perspective on CSR. *Canadian Business for Social Responsibility*, 21, 34-41.
- Programme des Nations Unies pour le développement. (2013). Nos objectifs. Repéré le 14 décembre, 2013, à http://www.undp.org/content/undp/fr/home/ourwork/povertyreduction/about_poverty_reduction/
- Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F., et Fox, J. (2009). Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), 571-594.
- Réseau entreprise et développement durable. (2012). Les défis du développement durable des entreprises canadiennes pour 2012. Repéré le 14 décembre, 2013, à <http://nbs.net/fr/files/2012/01/PrioritesDDE2012.pdf>
- Riverin, N., Proulx, M.-È., Pota, M.-C., et Fondation de l'entrepreneurship. (2010). Portrait global de l'entrepreneuriat dans la région de la Mauricie. Repéré le 4 février, 2015, à https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/GSC1512/F1179067763_Entrepreneuriat_en_Mauricie.pdf
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Roxas, B., et Coetzer, A. (2012). Institutional environment, managerial attitudes and environmental sustainability orientation of small firms. *Journal of business ethics*, 111(4), 461-476.

- Schaltegger, S., et Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business Strategy & the Environment* (John Wiley & Sons, Inc), 20(4), 222-237. doi: 10.1002/bse.682
- Schlaegel, C., et Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 38(2), 291-332. doi: 10.1111/etap.12087
- Scott, M. G., et Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Shapero, A., et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90).
- Shook, C. L., et Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 231-247.
- Spence, M. (2007a). PME et développement durable. Dans L. J. Filion & B. Allali (Éds.), *Management des PME : De la création à la croissance* (pp. 415-427). Saint-Laurent, Québec: Éditions du Renouveau pédagogique
- Spence, M., Ben Bou'bakker Gherib, J., et Ondoua Biwolé, V. (2007b). Développement durable et PME: une étude exploratoire des déterminants de leur engagement. *Revue internationale PME: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 20(3-4), 17-42.
- Spence, M., Biwolé, V. O., et Gherib, J. B. B. (2007c). *Une étude exploratoire des fondements du degré d'engagement des PME dans le développement durable*. Ottawa: Université d'Ottawa, École de gestion.
- Steele, R. (2010). Norme internationale ISO 26000. Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale. Repéré le 4 février, 2015, à http://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/archives/10-12-21-ISO-26000_2010_F.pdf
- Stern, P. C. (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues*, 56(3), 407-424.

- Stern, P. C., et Dietz, T. (1994). The value basis of environmental concern. *Journal of social issues*, 50(3), 65-84.
- Tabachnick, B. G., et Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. Boston; Toronto: Allyn and Bacon.
- Tapia-Fonllem, C., Corral-Verdugo, V., Fraijo-Sing, B., et Durón-Ramos, M. F. (2013). Assessing sustainable behavior and its correlates: A measure of pro-ecological, frugal, altruistic and equitable actions. *Sustainability*, 5(2), 711-723.
- Teboul, J.-P., et Rapczyk, N. (2013). Comprendre le marché de l'emploi du développement durable et de la croissance verte. Cahier d'analyse. Janvier 2013. Repéré le 4 février, 2015, à <http://www.cgpmc.fr/telecharger2/130117094320-baromtre-cahier-iii1.pdf&>
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Tkachev, A., et Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11(3), 269-280.
- Tounès, A. (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *La Revue des Sciences de Gestion*, 3(219), 57-65.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., et Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538-559.
- Wesley Schultz, P., et Zelezny, L. (1999). Values as predictors of environmental attitudes: Evidence for consistency across 14 countries. *Journal of environmental psychology*, 19(3), 255-265.
- Williamson, D., Lynch-Wood, G., et Ramsay, J. (2006). Drivers of environmental behaviour in manufacturing SMEs and the implications for CSR. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 317-330.
- Wilson, F., Kickul, J., et Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial Self-Efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship Education1. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.

- Wolff, D. (2010). *Le développement durable : théories et applications au management* (2e éd.). Paris: Dunod.
- Wu, S., et Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- York, J. G., et Venkataraman, S. (2010). The entrepreneur–environment nexus: Uncertainty, innovation, and allocation. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 449-463. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.07.007>
- Zhao, H., Seibert, S. E., et Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.

Annexe A

Questionnaire sur le développement de la carrière entrepreneuriale (UQTR)

Page 1

Consentement

1. J'ai lu et bien compris les conditions et implications de cette recherche et j'accepte d'y participer de manière volontaire en sachant que je peux y mettre fin sans avoir à me justifier (OUI/NON)

Avant de débiter le questionnaire, nous vous rappelons qu'il s'agit de la première partie d'une enquête longitudinale. À cet effet et seulement si vous le souhaitez, vous aurez l'occasion de participer à nouveau dans le futur. Ce suivi nous permettra de comprendre l'évolution des choix de carrière des étudiants universitaires, en particulier l'intention de devenir un entrepreneur.

Afin de pouvoir faire un tel suivi avec vous dans environ un an, nous avons besoin d'une adresse de courriel que vous utilisez fréquemment et ce, afin de pouvoir vous envoyer l'invitation à participer à un court suivi pour cette enquête. En fournissant vos coordonnées, cela ne vous oblige aucunement à participer à cette relance. Par ailleurs, si vous souhaitez obtenir un résumé des résultats de cette recherche, celui-ci vous sera envoyé par courriel à cette adresse. Également, sachez que vos coordonnées ne seront pas utilisées à d'autres fins que la correspondance et que la confidentialité de vos réponses sera strictement observée.

2. Prénom : _____
3. Nom : _____
4. Vous êtes :
 - a. Un homme
 - b. Une femme
5. Adresse de courriel utilisée la plus fréquemment : _____
6. Souhaitez-vous recevoir une invitation pour un suivi à cette enquête ? (OUI/NON)

Page 2

Dans cette section, nous vous demanderons de répondre à des questions qui concernent vos projets entrepreneuriaux passés, présents et futurs.

7. Par le passé, avez-vous possédé une entreprise qui n'est plus actuellement en opération ? (Oui/Non).

Si oui, répondre aux questions suivantes; sinon passez à la page 4

Page 3

8. Avez-vous déjà possédé une entreprise qui a échoué, où « l'échec » implique d'être contraint de cesser ses activités en tant qu'organisation à cause du manque de ressources et / ou de détresse financière ? (Cela exclut, vendre son entreprise, la fusionner ou l'arrêter parce qu'il existe de meilleures alternatives) (OUI/NON)

9. Jusqu'à aujourd'hui, combien d'entreprises avez-vous possédées (au total) ?

10. Combien possédez-vous d'années d'expérience en affaires comme entrepreneur (seul ou en équipe), incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ?

Page 4

11. Possédez-vous, seul ou en équipe, une entreprise actuellement en opération, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ? (Oui/Non)

12. Êtes-vous actuellement, seul ou en équipe, en processus de démarrage d'entreprise, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ? (Oui/Non)

Page 5

13. Nous aimerions maintenant connaître vos aspirations à devenir entrepreneur. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :
- a. Je pense souvent à devenir un entrepreneur
 - b. J'aimerais me voir en tant qu'entrepreneur
 - c. Devenir un entrepreneur serait une part importante de qui je suis
 - d. Quand j'y pense, le terme « entrepreneur » m'irait plutôt bien
 - e. C'est important pour moi d'exprimer mes aspirations entrepreneuriales.
14. Dans quelle mesure est-ce que ces affirmations s'appliquent à votre situation : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord)
- a. Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise
 - b. J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise
 - c. Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise
 - d. Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise
 - e. Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise

Page 6

15. Avez-vous l'intention de démarrer une nouvelle entreprise dans le futur ? (échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)
16. Avez-vous l'intention d'acheter une nouvelle entreprise dans le futur ? (échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)
- Si 2 ou plus à la question 3 ou 4, répondre aux questions suivantes; sinon passez à la page 10.*

Page 7

17. Nous aimerions maintenant connaître la clarté et l'intensité des buts entrepreneuriaux que vous souhaitez poursuivre. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :

- a. Je sais que je veux posséder ma propre entreprise.
- b. J'ai un ensemble clair de buts pour mon avenir en tant qu'entrepreneur.
- c. Je crois que mon objectif de posséder ma propre entreprise est réaliste.
- d. Je crois que je vais être en mesure d'atteindre mon objectif de posséder ma propre entreprise.
- e. Mes idées sont claires quant aux mesures immédiates que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.
- f. Mes idées sont claires quant aux mesures à court terme (c.-à-d., dans les 6-12 prochains mois) que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.
- g. Mes idées sont claires quant aux mesures à long terme (c.-à-d., plus de 12 mois dans le futur) que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.
- h. Je prends les mesures nécessaires pour atteindre mon objectif de posséder ma propre entreprise.

18. Envisagez-vous démarrer/acheter cette nouvelle entreprise :

- a. Dans votre ville natale
- b. Dans votre ville universitaire
- c. Ailleurs
- d. Ne sais pas

19. Envisagez-vous démarrer/acheter cette nouvelle entreprise :

- a. Seul
- b. Avec des partenaires
- c. Ne sais pas

(si « b » sélectionné, répondre à la page suivante; sinon allez à la page 9).

Page 8

20. Est-ce que ces partenaires seraient :

- a. Des membres de la famille
- b. Des amis de votre région d'origine
- c. Des amis d'école

d. Autre (précisez) _____

21. En ce moment, combien de partenaires participent activement au projet de création d'entreprise ? (Choix de 0 à 10+)

Page 9

22. Considérez-vous:

- a. Commencer à travailler à temps plein dans l'entreprise (c.-à-d., ne pas avoir d'autre emploi en plus de l'entreprise)
- b. Commencer à travailler à temps partiel dans l'entreprise (c.-à-d., avoir un autre emploi en plus de l'entreprise)
- c. Ne sais pas

23. Dans combien de mois prévoyez-vous opérer l'entreprise (ou l'acheter) ? (Incertain, 1 à 3 mois, 4-6 mois, etc. jusqu'à +24 mois).

24. Dans quelle mesure comptez-vous réaliser les résultats suivants en étant propriétaire d'une entreprise? (échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)

- a. Récompenses financières (richesse personnelle, augmentation du revenu personnel, etc.)
- b. Indépendance/Autonomie (liberté personnelle, être son propre patron, etc.)
- c. Récompenses personnelles (reconnaissance publique, croissance personnelle, prouver que j'en suis capable, etc.)
- d. Sécurité familiale (pour sécuriser le futur des membres de ma famille, pour construire une entreprise transférable, etc.)
- e. Amélioration sociale (société plus juste et équitable, autonomie des personnes et dignité, réduction de la souffrance, etc.)
- f. Autre _____

25. Lequel de ces résultats attendus d'être en affaires est le plus important pour vous (Un seul choix possible) ?

- a. Récompenses financières (richesse personnelle, augmentation du revenu personnel, etc.)
- b. Indépendance/Autonomie (liberté personnelle, être son propre patron, etc.)
- c. Récompenses personnelles (reconnaissance publique, croissance personnelle, prouver que j'en suis capable, etc.)

- d. Sécurité familiale (pour sécuriser le futur des membres de ma famille, pour construire une entreprise transférable, etc.)
- e. Amélioration sociale (société plus juste et équitable, autonomie des personnes et dignité, réduction de la souffrance, etc.)
- f. Autre _____

Page 10

26. Quel est votre niveau de confiance en votre habileté à (de 0 à 100, tranche de 10%) :
- a. Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même
 - b. Faire un brainstorm avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service
 - c. Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service
 - d. Concevoir un produit ou service qui satisfera aux besoins et désirs des clients
 - e. Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service
 - f. Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service
 - g. Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise
 - h. Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service
 - i. Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise
 - j. Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres)
 - k. Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours
 - l. Superviser des employés
 - m. Recruter et embaucher des employés
 - n. Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise
 - o. Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours
 - p. Inspirer, encourager et motiver mes employés
 - q. Former mes employés
 - r. Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise
 - s. Gérer les actifs financiers de mon entreprise
 - t. Lire et interpréter les états financiers.

Page 11

27. Une opportunité d'affaire peut se définir comme étant une situation dans laquelle des nouveaux produits, services, matières premières ou méthode de production peuvent être introduits avec succès et que l'on pense vendre plus chers que leur coût de

production. Autrement dit, c'est la jonction entre les besoins existants ou futurs de clients et les ressources disponibles pour y répondre, le tout au bon moment et d'une manière perçue comme économiquement rentable.

Dans les cinq (5) dernières années, combien avez-vous identifiés d'opportunités d'affaires ? _____ (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)

28. Pour combien de ces opportunités avez-vous investis des efforts visant à les exploiter dans le futur ? _____ (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)

29. Dans quelle mesure possédez-vous des intérêts à l'égard des activités suivantes : (1 à 5) : (échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)

- a. Identifier des nouveaux produits/services pour répondre à un besoin
- b. Planifier le développement et la mise en marché de nouveaux produits/services
- c. Expliquer et convaincre les autres de sa vision ou de son projet d'affaires
- d. Recruter, former, gérer et diriger des employés
- e. Gérer, organiser et interpréter des états financiers

Page 12

30. Indiquez les opinions des personnes suivantes à propos de votre choix pour la carrière d'entrepreneur (être à son propre compte) pour vous. Veuillez indiquer « Non applicable » si vous n'avez pas une relation particulière (p.ex. époux/partenaire de vie) (échelle : 1= Extrêmement négative, 2= Négative, 3= Légèrement négative, 4= Neutre (ni négative, ni positive), 5= Légèrement positive, 6= Positive, 7= Extrêmement positive, et 0= Ne s'applique pas/Ne sait pas)

- a. Mes parents
- b. Mon époux/Partenaire de vie
- c. Mes frères et sœurs
- d. Ma famille
- e. Mes amis proches
- f. En général, mes connaissances

31. Indiquez l'importance que vous accordez à l'opinion des personnes suivantes dans votre choix de statut d'emploi : (échelle : 1= Pas du tout important, 2= Peu important, 3= À peine important, 4= Neutre, 5= Modérément important, 6= Très important, 7= Extrêmement important et 0= Non applicable/Ne sait pas)

- a. Mes parents
 - b. Mon époux/Partenaire de vie
 - c. Mes frères et sœurs
 - d. Ma famille
 - e. Mes amis proches
 - f. En général, mes connaissances
32. Un mentor se définit comme « une personne de rang élevé, expérimentée ou avec de l'expertise qui enseigne, conseille, inspire, guide et aide une autre personne à se développer personnellement et professionnellement ».
- a. Combien de personnes dans votre vie peuvent être considérées comme des « mentor » ? (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)
 - b. De ces gens, combien d'entre-eux possèdent une entreprise ? (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)
 - c. En excluant les membres de votre famille immédiate (parents, grands-parents, frères/sœurs), combien de personnes dans votre vie peuvent être considérées comme des « mentors » ? (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)
33. Est-ce qu'un de vos parents a déjà possédé ou possède actuellement une entreprise ? (OUI/NON)
34. Est-ce qu'un membre de votre famille autre que vos parents possède ou a déjà possédé une entreprise ? (OUI/NON)
35. Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise détenue par un membre de votre famille ? (OUI/NON)

Page 13

36. Pour chaque item, indiquez le degré d'accord qui correspond le mieux à votre sentiment : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord)
- a. Dans les périodes incertaines, je pense généralement que ce qui va arriver est le mieux pour moi
 - b. Si quelque chose peut tourner mal pour moi, ça tournera mal
 - c. Je suis toujours optimiste à propos de mon futur

- d. Je ne m'attends presque jamais à ce que les choses aillent dans le sens que je désire
- e. Je compte rarement sur les bonnes choses qui pourraient m'arriver
- f. D'une façon générale, je m'attends à ce que les meilleures choses m'arrivent plutôt que les mauvaises

37. Veuillez lire chacune des affirmations suivantes et indiquer votre niveau d'accord avec l'énoncé : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :

- a. Je me fixe souvent un but, mais choisis plus tard d'en poursuivre un différent.
- b. J'ai déjà été obsédé par une certaine idée ou un projet pour un court moment, mais perdu l'intérêt par la suite
- c. J'ai de la difficulté à maintenir le « focus » sur un projet qui prend plus que quelques mois à compléter
- d. Les nouvelles idées et projets me distraient parfois de ceux précédents
- e. Je finis quoi que ce soit que je commence
- f. Les échecs ne me découragent pas
- g. Je suis diligent/appliqué
- h. Je suis un travailleur acharné

Page 14

38. Veuillez lire chacune des affirmations suivantes et indiquer votre niveau d'accord avec l'énoncé : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :

- a. Je peux toujours résoudre des problèmes difficiles si j'essaie assez fort.
- b. Si quelqu'un s'oppose à moi, je peux trouver les moyens et les façons d'avoir ce que je veux.
- c. C'est facile pour moi de rester fixé à mes objectifs et de les atteindre.
- d. Je suis confiant que je pourrais gérer efficacement des événements imprévus.
- e. Grâce à mes ressources, je sais comment gérer des situations imprévues.
- f. Je peux régler la plupart des problèmes si j'y investis l'effort nécessaire.
- g. Je peux demeurer calme lorsque je suis face à des difficultés parce que je peux me fier à mes capacités d'adaptation.
- h. Lorsque je suis confronté à un problème, je peux habituellement trouver plusieurs solutions.
- i. Si j'ai un problème, je peux habituellement penser à une solution.
- j. Je peux habituellement gérer toutes les situations qui se présentent.

Page 15

Dans cette dernière section, nous souhaitons connaître votre profil sociodémographique.

39. Quel est votre âge ?

40. Quel est votre statut matrimonial?

- a. Avec partenaire (marié, conjoint, de facto)
- b. Sans partenaire (célibataire, divorcé, veuf)

41. Combien d'enfants avez-vous à votre charge ? (0, 1, 2... 6 et +)

42. Lors de la dernière année fiscale, quel est votre revenu brut approximatif ?

- a. En bas de 15,000 \$
- b. 15,001 - 25,000 \$
- c. 25,001 \$ - 50,000 \$
- d. 50,001 \$ - 75,000 \$
- e. 75,001 \$ - 100,000 \$
- f. 100,001 \$ - 250,000 \$
- g. 250,001 \$ ou plus

43. Pendant combien de mois pouvez-vous vivre sur vos réserves financières sans aucune autre source de revenus ? (0 à 3, 4 à 6, ... jusqu'à plus de 24 mois).

44. Selon vous, obtenir des capitaux (ex. : de la banque, de fonds spécialisés ou autres) pour soutenir le démarrage ou le développement d'une entreprise serait : (1-Très difficile, 2-Assez difficile, 3-Un peu difficile, 4-Ni facile, ni difficile, 5-Un peu facile, 6-Assez facile et 7-Très facile)

45. Combien d'années d'expérience de travail à temps plein avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)

46. De ce nombre, combien d'années d'expérience de travail comme superviseur/gestionnaire à temps plein avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)

47. Combien d'années d'expérience de travail à temps partiel avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)
48. Dans quel pays êtes-vous né ? (Canada, États-Unis, Mexique, Colombie, Brésil, France, Belgique, Suisse, Maroc, Algérie, Tunisie, Sénégal, Côte d'Ivoire, Cameroun, Madagascar, Italie, Chine, Vietnam, Allemagne, Royaume-Uni, Japon, AUTRE____)
49. De quel pays avez-vous la nationalité ? (Canada, États-Unis, Mexique, Colombie, Brésil, Angleterre, France, Belgique, Suisse, Maroc, Algérie, Tunisie, Sénégal, Côte d'Ivoire, Cameroun, Madagascar, Italie, Chine, Vietnam, Allemagne, Royaume-Uni, Japon, AUTRE____)
50. À quelle origine ethnique appartenez-vous ? (Blanc, Noir, Autochtones, Arabe, Latino-Américain, Chinois, Sud-Asiatique (Inde, Sri-Lanka, etc), Asie du Sud-Est (Vietnam, Cambodge, etc.), Coréen, Philippin, AUTRE____)
51. Depuis combien de générations votre famille vit-elle dans le pays dont vous avez la nationalité ? (Si la réponse est différente entre le côté maternel et le côté paternel, choisissez le plus petit des deux nombres)
- a. Zéro. J'ai immigré ici.
 - b. Une. Mes parents ont immigré ici et ensuite je suis né ici.
 - c. Deux. Mes grands-parents ont immigré ici, et ensuite mes parents sont nés ici.
 - d. Trois ou plus.
52. En termes de richesse financière par rapport aux autres personnes résidant dans votre pays, considérez-vous votre famille :
- a. En dessous du seuil de pauvreté
 - b. Dans la moyenne (classe moyenne)
 - c. Au dessus de la moyenne (la classe supérieure)
53. Dans votre jeunesse, vous avez été élevé principalement :
- a. Dans une grande ville (+ 1 million)
 - b. Dans une ville moyenne (entre 50 000 et 1 million)
 - c. Dans une petite ville (entre 15 000 et 50 000)
 - d. Dans un village/milieu rural (moins 15 000)

e. Déménagé souvent (différents milieux)

54. À quel niveau d'étude êtes vous inscrit actuellement?(échelle :premier cycle, deuxième cycle, troisième cycle)

55. Quel est votre domaine d'étude? (Échelle : Arts, lettre et langues, Éducation, Psychologie, Science de la gestion, Sciences humaines et sociales, Sciences pures et génie, Sciences de la santé).

56. Quel est votre spécialisation? (échelle Comptabilité, Entrepreneuriat, Finance, Générale, Logistique, Management, Marketing, Ressources humaines).

57. Quels cours parmi les suivants avez-vous suivi ? (excluant la session en cours)

UQTR :

ADM1082

GAE1002

GAE1003

GAE1037

GAE1038

GAE1039

GAE1042

UQO :

MNG1383

MNG1373

DEV6053

UQAT :

SCH6004

ADM36002

MGO709

2MGO710

UQAR :

ADM24704

ADM31504

ADM39904

ADM23083

ADM23599

ADM24599
ADM40004
MBA8472
MBA8S92
MBA8S93
DEV71285
DSC65797

Sherbrooke :

INS-105
INS-124
INS-134
INS-144
INS-154
INS-181
INS-236
INS-442
INS-503
INS-552
INS-710
INS-741
INS-750
INS-754
INS-803

Laval :

ENT-1000
MNG-2112
MNG-2113
MNG-2114
MNG-1100
MNG-1101
MNG-2108
MNG-63355
MNG-63449
MNG-64971

Téluq :

ADM 2014
ADM 2114
ADM 9001
ADM 9002

HEC :

ADM1082
GAE1002
GAE1003
GAE1037
GAE1038
GAE1039
GAE1042

ETS :

GPO605
ENT810
ENT820
ENT830

Polytechnique :

IND8137
IND4711

58. En moyenne, vos résultats universitaires jusqu'à maintenant sont :

- a. Excellents (A- à A+)
- b. Très bien (B- à B+)
- c. Bien (C- à C+)
- d. Faibles (D+ ou moins)

59. De manière spécifique, vos résultats universitaires moyens dans vos cours en entrepreneuriat sont :

- a. Excellents (A- à A+)
- b. Très bien (B- à B+)
- c. Bien (C- à C+)
- d. Faibles (D+ ou moins)
- e. Non applicable (pas de cours en entrepreneuriat)

60. Avez-vous suivi d'autres cours/formation en entrepreneuriat autres que ceux dispensés à cette université (OUI/NON) ?

61. Dans combien d'années prévoyez-vous obtenir votre diplôme ? (1 an, 2, ... 5 et plus)

62. Quel est votre statut d'étudiant actuel?

- a. Temps plein
- b. Temps partiel

63. Quel est votre statut d'emploi actuel?

- a. Temps plein
- b. Temps partiel
- c. Non employé
- d. Travailleur autonome

64. Souhaitez-vous recevoir un résumé des résultats de cette recherche par courriel ?
(OUI/NON)

65. Souhaitez-vous participer au tirage des 20 certificats-cadeaux de 25\$ dans une librairie universitaire ? (OUI/NON)

66. Pour terminer, selon vous, quel est l'effet d'avoir participé à cette recherche sur votre intention de devenir un entrepreneur dans le futur ?

- a. Neutre
- b. Positif (davantage l'intention après avoir participé)
- c. Négatif (moins l'intention après avoir participé)

Nous vous remercions d'avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire. Veuillez prendre note que le résumé sera produit dans plusieurs mois et vous parviendra par la suite.

Annexe B

À la phase 1 (un an après la première collecte de données), en plus des questions posées à la phase 0, nous avons ajoutées les questions portant sur l'orientation durable.

Questions sur l'orientation durable

Veillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes en indiquant votre niveau d'accord (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :

- a. Les entreprises nationales devraient avoir un rôle leader au niveau international dans la protection de l'environnement.
- b. Les entreprises orientées vers l'environnement ont des avantages dans le recrutement et la rétention des employés qualifiés.
- c. La performance environnementale d'une entreprise sera considérée de plus en plus par les institutions financières.
- d. La responsabilité sociale des entreprises devrait être à la fondation de chaque entreprise.
- e. Je crois que les entrepreneurs et les entreprises doivent prendre en charge de plus grande responsabilité sociale.
- f. Je crois que les problèmes environnementaux sont l'un des plus grands défis de notre société.